

**LOS FACTORES CLAVES PARA EL DISEÑO DE UNA RED DE CONOCIMIENTO  
DE EGRESADOS EN UN MODELO DUAL DE FORMACIÓN**

LEON ALEXANDER VARGAS VARON

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE CÁMARA DE COMERCIO DE  
BOGOTÁ – UNIEMPRESARIAL.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS - MBA

BOGOTÁ D.C.

2017

**LOS FACTORES CLAVES PARA EL DISEÑO DE UNA RED DE CONOCIMIENTO  
DE EGRESADOS EN UN MODELO DUAL DE FORMACIÓN**

**AUTOR**

**LEON ALEXANDER VARGAS VARON**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE MAGÍSTER EN  
ADMINISTRACION DE NEGOCIOS (MBA)**

**TUTORA**

**ADELA MARGARITA VELEZ ROLON**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE CÁMARA DE COMERCIO DE  
BOGOTÁ – UNIEMPRESARIAL.**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS - MBA**

**BOGOTÁ D.C.**

**2017**

## **AGRADECIMIENTOS ESPECIALES**

A mis padres y hermana por su paciencia y fe en mí.

A mi Bella hija por ser la motivación cada día.

A mi esposa por estar ahí.

A mi tutora por creer.

## TABLA DE CONTENIDO

|  |    |
|--|----|
| ÍNDICE DE TABLAS.....                  | 6  |
| ÍNDICE DE FIGURAS .....                | 6  |
| RESUMEN .....                          | 7  |
| INTRODUCCIÓN .....                     | 9  |
| a.    Problema de Investigación .....  | 12 |
| b.    Formulación del problema .....   | 13 |
| c.    Preguntas específicas .....      | 13 |
| d.    Justificación .....              | 14 |
| e.    Objetivo Principal.....          | 15 |
| f.    Objetivos específicos.....       | 16 |
| CAPITULO I. FUNDAMENTOS TEORICOS ..... | 17 |
| 1.1.    Estado del arte .....          | 17 |
| 1.2.    Marco teórico.....             | 22 |
| 1.2.1. Conocimiento.....               | 22 |
| 1.2.2. Gestión del conocimiento .....  | 26 |
| 1.2.3. Redes de Conocimiento .....     | 29 |
| 1.3.    Marco Contextual .....         | 32 |
| 1.4.    Marco Legal.....               | 34 |
| CAPITULO II. METODOLOGÍA.....          | 37 |

|  |    |
|--|----|
| 2.1. Diseño metodológico .....   | 37 |
| 2.1.1. Fase Cualitativa.....   | 38 |
| 2.1.1. Fase Cuantitativa.....  | 38 |
| 2.2. Población objeto de estudio.....                                      | 40 |
| 2.3. Diseño del Instrumento de percepción a los egresados .....            | 43 |
| CAPITULO III. RESULTADOS .....   | 47 |
| 3.1. Inventario de la información de los egresados de Uniempresarial ..... | 47 |
| 3.2. Caracterización de los egresados: .....                               | 50 |
| 3.3. Percepción de los egresados .....                                     | 53 |
| 3.4. Factorial.....  | 57 |
| 3.5. Discusión .....   | 64 |
| 3.6. Modelo propuesto.....   | 66 |
| CONCLUSIONES.....  | 71 |
| REFERENCIAS .....  | 74 |
| ANEXOS .....   | 80 |

## **ÍNDICE DE TABLAS**

|  |    |
|--|----|
| Tabla No 1. Operacionalización de variables                              | 40 |
| Tabla No 2. Egresados por tipo de programa                               | 41 |
| Tabla No 3. Egresados por tipo de programa académico                     | 42 |
| Tabla No 4. Calificación de expertos                                     | 44 |
| Tabla No 5. Canales de información para caracterización de los egresados | 48 |
| Tabla No 6. Información de los instrumentos de recopilación de datos     | 49 |
| Tabla No 7. Datos de egresados que respondieron el instrumento           | 51 |
| Tabla No 8. Varianza con método de componentes principales               | 58 |
| Tabla No 9. Matriz de componente rotado                                  | 59 |

## **ÍNDICE DE FIGURAS**

|  |    |
|--|----|
| Figura No 1. Metodología de la investigación               | 37 |
| Figura No 2. Actividades a realizar durante la metodología | 39 |
| Figura No 3. Perfil - Genero de los egresados              | 42 |
| Figura No 4. Perfil - Nivel socioeconómico                 | 42 |
| Figura No 5. Caracterización – Género                      | 51 |

|  |    |
|--|----|
| Figura No 6. Caracterización - Rango de edades                               | 52 |
| Figura No 7. Caracterización -Tiempo como egresados                          | 52 |
| Figura No 8. Pertenecer a una red de conocimiento                            | 53 |
| Figura No 9. Compartir conocimiento fines académicos, comerciales y sociales | 54 |
| Figura No 10. Inclusión de factores  | 55 |
| Figura No 11. Medio de comunicación  | 56 |
| Figura No 12. Utilidad de la red   | 57 |
| Figura No 13. Componente 1 – Compartir experiencias                          | 62 |
| Figura No 14. Componente 2 – Incidencia académica                            | 62 |
| Figura No 15. Componente 3 – Oportunidad de relacionamiento                  | 63 |
| Figura No 16. Componente 4 – Medios de comunicación                          | 63 |
| Figura No 17. Fases para el diseño de una red de conocimiento                | 67 |
| Figura No 18. Diseño de red de Conocimiento egresados Uniempresarial         | 70 |

## RESUMEN

El objetivo de esta investigación se centra en determinar los factores claves para el diseño de una red de conocimiento para egresados en un modelo dual de formación. Para lograr este objetivo se realizó una investigación de tipo exploratoria descriptiva con enfoque mixto donde a partir del análisis de contenido, la aplicación de un cuestionario, la revisión bibliográfica, se logró determinar los elementos más importantes de constitución de una red y los mecanismos para su aplicación. Los resultados muestran que el 93% de los egresados encuestados estarían dispuestos a pertenecer a una red de conocimiento y a compartir sus experiencias profesionales entre los mismos y su institución como principales elementos a considerar.

**Palabras clave:** Red de conocimiento, Gestión del conocimiento, Egresados, Institución universitaria.

## ABSTRACT

The objective of this article is to determine the key factors for the design of a knowledge network for graduates in a dual training model. In order to achieve this objective, a descriptive exploratory research was carried out with a mixed approach, where from the analysis of content, the application of a survey, the bibliographic review and the opinion of the graduates, the most important elements of constitution of a Network and the mechanisms for its implementation. The results show that 93% of the graduates surveyed would be willing to belong to a knowledge network and to share



their professional experiences between them and their institution as the main elements to consider.

**Key Words:** Knowledge, Knowledge network, Knowledge management, Graduates, University institution

## INTRODUCCIÓN

Los retos que enfrentan las instituciones universitarias para mantener vinculados a sus egresados son cada vez mayores, Sosa, De la Peña, Verduzco y Salazar (2015); Valencia, Alonzo y Moguel (2015) y Díaz, 2011, sugieren que identificar oportunamente los aspectos que califiquen la pertinencia de educación, el desarrollo de oportunidades de crecimiento tanto personal como laboral, la relación entre las competencias cualificadas y el medio empresarial, son algunos de los desafíos que supondrán, obtener nuevos conocimientos desde la experiencia profesional y personal de cada uno de los egresados para la mejora de los procesos académicos y sociales de enseñanza superior.

Para una Institución de Educación Superior, los egresados son aquellas personas que dejan una institución educativa al terminar sus actividades académicas o como lo menciona Castro (2014) el egresado son aquellas personas que recibieron de manera completa una formación en un programa académico, para Arnaz (1981) es “un educando que ha terminado un proceso delimitado, definido, de enseñanza-aprendizaje (por ejemplo, el bachillerato o la licenciatura en letras españolas o la maestría en historia, etc.” (p.2). Es por esto que contar con una red consolidada de egresados es una variable importante de gestión para obtener información clara a cerca de ellos, así como Hernandez, Tavera y Jiménez (2012) indican que los egresados coadyuvan a constuir un diagnóstico para conocer como es la tendencia laboral, salario, tiempo de vinculación y satisfacción de la formación. Así mismo, su

estudio permite el acceso a canales de comunicación y de relacionamiento en beneficio de cada uno de ellos y de su institución educativa.

Para Tirado, Tejeda y Cedeño (2015); Centro Interuniversitario de Desarrollo (2014); Sánchez et al. (2014) y Troncoso et al. (2013), los múltiples estudios de seguimiento a egresados por parte de las diferentes instituciones han ido en aumento en la última década como mecanismos de acreditación y de fortalecimiento de la estructura universitaria, aportando estudios de interés, experiencias institucionales y aportes metodológicos.

Estos estudios permiten tener contextos de referencia que determinan la tendencia de este tipo de investigaciones y que aportan a las Instituciones de Educación Superior medios de cumplimiento para la certificación educativa ante diferentes entes nacionales o internacionales y como fuente de apoyo a la mejora del currículo y de servicios institucionales.

Si bien es cierto que los estudios de egresados marcan una pauta de ayuda institucional, es importante que la información obtenida pueda ser usada en diferentes aristas del conocimiento que redunden en el beneficio profesional y personal de los egresados, mediante la articulación de los datos obtenidos en los diferentes entornos de encuentro con ellos.

Es por ello que conocer la información de los egresados de las instituciones, su quehacer en la actualidad, sus perspectivas, anhelos y experiencias son las principales causas que toda institución debe realizar para obtener una retroalimentación del medio donde se desenvuelven desde el conocimiento personal de cada uno de ellos. De esta

manera, cada institución podrá incorporar de manera efectiva en su planeación estratégica estos nuevos conocimientos y cuyos procesos deben apuntar a las nuevas dinámicas con el entorno y de mejora de las instituciones para estar a la vanguardia en el medio educativo y social. Adicionalmente, Gairín (2015) menciona la importancia en la aplicación de los conocimientos y como la manera de gestionarlo es relevante para su integración en una red de conocimiento. Es por ello que el método de hacerlo es quizá una de las situaciones más etéreas que cada institución debe afrontar sin que llegue a discernir de sus propios objetivos y procedimientos.

Autores como Romero (2009) y Schlesinger, Cervera y Calderón (2014), mencionan, que debe existir una finalidad de integración en una red para obtener beneficios entre las partes y aplicar los conocimientos en la resolución de problemas y soluciones efectivas donde las acciones tengan un impacto real en la sociedad. De esta manera y como lo menciona la OCDE (2000, p.14) y Nonaka y Takeuchi (1999), la articulación de diferentes variables del conocimiento, ya sea de manera explícita e implícita; permitirán un mayor fortalecimiento entre los miembros de una red de conocimiento.

Es así que, el objetivo de esta investigación es identificar los factores claves para el diseño de un modelo de red de conocimiento para egresados que pueda tener, obtener y generar nuevas formas de relacionamiento que permita conocer sus necesidades académicas, sociales y comerciales entre una Institución de Educación Superior y sus egresados. Para ello, se analizaron diferentes elementos considerados relevantes mediante una revisión documental a partir del análisis de instrumentos de mapeo, matriz y rutas de conocimiento para el seguimiento de egresados. Se realizó

una revisión teórica que cimentará la construcción de una red de conocimiento de egresados y poder determinar su impacto y, mediante la aplicación de una adecuada metodológica obtener los datos necesarios para finalmente, describir los resultados de las acciones necesarias para conformación de la red de conocimiento de egresados.

#### **a. Problema de Investigación**

Las instituciones de educación superior, centran sus esfuerzos, en su gran mayoría, en realizar mediciones específicas de seguimiento a los egresados para medir su impacto laboral y la satisfacción por los servicios académicos y de bienestar ofrecidos durante su estancia en su alma mater, sin llegar a tener una integración general de las necesidades de sus egresados, puesto que los resultados que se obtienen de las encuestas responden a estos temas específicos.

En efecto, se logra percibir la ausencia de un proceso pertinente de interacción, que permita identificar qué es lo que los egresados desean tener y compartir, a partir del conocimiento que han adquirido durante su vida profesional y personal.

De esta manera, partiendo de la experiencia significativa por el autor y sustentada, también, por las lecciones aprendidas; así como de las necesidades particulares de las instituciones de educación superior en poder identificar las problemáticas en su quehacer profesional del área y su desarrollo con el entorno, surge la necesidad de contar con una estrategia que permita integrar diferentes factores, para el desarrollo de procesos académicos, administrativos, sociales y de relacionamiento, no solo permitiría el cumplimiento de criterios exigidos por un ente acreditador, sino que

generaría el reconocimiento esperado no solo en el medio académico sino en el medio externo empresarial tanto nacional como internacional.

La Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá, Uniempresarial, no es ajena a esta situación y el seguimiento que realiza a sus egresados, desde la primera promoción en el año 2004, se basa principalmente en una comunicación digital o mediante encuentros anuales de egresados que organiza para ellos. Mecanismos que, si bien permiten de alguna manera una interacción con ellos, es corta para determinar sus necesidades.

#### **b. Formulación del problema**

- ¿Cuáles deben ser los factores claves que condicionan la puesta en marcha de una red de conocimiento de egresados en la Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá?

#### **c. Preguntas específicas**

- ✓ ¿Cuáles son los canales utilizados por la institución universitaria para obtener información con sus egresados?
- ✓ ¿Qué elementos deberían ser tenidos en cuenta para el diseño de una red de conocimiento de egresados?
- ✓ ¿Cómo debería diseñarse una red de conocimiento de egresados en una institución de educación superior de formación dual?

#### **d. Justificación**

La información de los egresados se obtiene, por lo general, del seguimiento y estudios de impacto que las instituciones de educación superior realizan para conocer el desempeño profesional, académico, cultural en un momento determinado de tiempo y, medir la evolución alcanzada por ellos con base en su perfil profesional y la situación del mercado laboral.

Es por lo anterior, que la pertinencia de la información que se obtenga de los egresados, debe permitir a las instituciones que el conocimiento generado a partir de la interacción de misma, en una red de conocimiento, permitirá que esta fluya en todas las áreas organizaciones y no quede meramente como un aspecto más en alguna de ellas, como lo afirma Hernández, Orjuela, Cabrera y Cabrera (2015) “El conocimiento ya no está para ser almacenado en las reservas de las organizaciones, sino que debe ser un “flujo permanente” (Hagel, Seely Brown y Davison, 2010)” (p.7).

Hay que destacar, como Tirado, Tejeda y Cedeño (2015) señalan que los múltiples estudios de seguimiento a egresados por parte de las diferentes instituciones han ido en aumento en la última década como mecanismos de acreditación y de fortalecimiento de la estructura universitaria, aportando estudios de interés, experiencias institucionales y aportes metodológicos. Permitiendo tener contextos de referencia que determinan la tendencia de este tipo de investigaciones.

Es así, que conocer los datos de los egresados de las instituciones de educación superior, su quehacer en la actualidad y sus perspectivas son las principales causas que toda institución debe llegar a realizar para obtener una retroalimentación del medio

donde se desenvuelven sus egresados como capital intelectual, Hernández, Orjuela, Cabrera y Cabrera (2015) mencionan que el “capital intelectual pasa por una articulación de sujetos, interacciones, medios y procesos de “construcción de conocimiento profesional” (citado en Bartholomew, 2008).

En este sentido, el conocimiento y valor de lo que debería hacer e implementar una institución educativa superior que quiera estar a la vanguardia y marcar la diferencia, depende en gran medida de la opinión que los egresados le suministren y sean incorporados de manera efectiva en su planeación estratégica. La forma y método de hacerlo es quizá una de las situaciones más etéreas que cada institución debe afrontar sin que llegue a discernir de sus propios objetivos y procedimientos.

De modo que este trabajo aporta elementos de valoración para que una institución universitaria, a partir de sus egresados, considere la necesidad de gestionar el conocimiento de uno de sus públicos de interés más relevantes y de esta manera generar nuevos conocimientos para el beneficio común entre ellos y para la institución.

#### **e. Objetivo Principal**

- Determinar los factores claves en el diseño de una red de conocimiento de egresados en una institución universitaria que maneja el modelo dual de formación.



#### **f. Objetivos específicos**

- Caracterizar la información y canales de comunicación con los que cuenta una institución de educación con relación a sus egresados.
- Identificar los factores que condicionan el diseño de una red de conocimiento egresado.
- Proponer el diseño de red de conocimiento de egresados para una institución universitaria de modelo dual de formación.

Esta investigación se ha diseñado con el fin de conocer en una primera parte el estado del arte sobre los estudios de seguimiento a egresados y revisar los conceptos relevantes al conocimiento, su gestión y formación de redes de conocimiento que junto con una metodología de investigación exploratoria – descriptiva con enfoque mixto se lleguen a obtener resultados que den cuenta de los factores claves para el diseño de una red de conocimiento de egresados en un modelo dual de formación, para luego proponer cual debería ser el modelo de construcción de la misma que beneficie tanto a sus miembros como a su institución. Resaltando, además, que la institución asume que el conocimiento es, en la sociedad contemporánea, el capital social más estratégico para generar crecimiento material, bienestar humano y desarrollo responsable.

## **CAPITULO I. FUNDAMENTOS TEORICOS**

Para el diseño de una red de conocimiento para un grupo especial, en este caso egresados de Uniempresarial, es importante contemplar como desde el conocimiento debe considerarse y examinarse las redes de conocimiento como el eje principal para desarrollar el nuevo conocimiento y la manera que debe gestionarse en beneficio de los interesados desde la teoría de conocimiento, gestión de conocimiento y redes de conocimiento, partiendo de los antecedentes sobre los estudios relacionados con los egresados así como, el contexto de la institución universitaria y los fundamentos legales que envuelven a la misma.

### **1.1. Estado del arte**

Realizando una revisión en investigaciones relacionadas con redes de conocimiento de egresados, es poco lo que se logró identificar. Sin embargo, si existen estudios que mencionan como es el seguimiento a los egresados. Donde diferentes investigadores han mencionado la importancia que deben tener los egresados, refieren y centran el seguimiento de inserción laboral en el medio productivo e impacto académico.

Para Sánchez, et al (2010) el seguimiento de egresados es un procedimiento que permite a la institución educativa conocer las actividades profesionales de sus egresados en el mercado de trabajo, así como la calidad de la formación académica que éstos recibieron. El proceso de seguimiento de egresados, desde una estrategia

de generación de comunidad de aprendizaje, parte de reconocer el valor esencial de la construcción colectiva del conocimiento, así como el valor de la construcción organizada de una red de trabajo que conecte los contextos de los egresados. McIntosh (2010). Según Aldana, Morales, Aldana, Sabogal y Álvaro (2008) ellos son una fuente de información al permitir que la universidad conozca dónde y cómo está ubicado, su rol social y económico y la forma en que reflejan los valores adquiridos en su formación.

Así mismo, en el Segundo Congreso Latinoamericano de Medición y Evaluación Educacional en México (2015) se refirió que el Sistema de Seguimiento de egresados (SSE) no puede ser una actividad de carácter administrativo ni ser objeto de un diseño teórico y formal solamente. Debe contemplarse, dada su naturaleza y la problemática que ha de enfrentar, como un proyecto de investigación que recoja los elementos principales de un diagnóstico institucional e interinstitucional.

Los egresados deben contemplarse como capital humano, que para Bueno (2003) es aquel que representa al conocimiento tácito y explícito que pertenece a las personas y que fuere obtenido en procesos formales o informales.

Es decir que, el camino que deciden tomar los egresados, su crecimiento y desempeño profesional son factores que deben de ser estudiados por las instituciones y deliberar sobre los resultados obtenidos. Estos estudios contribuyen en la construcción de un diagnóstico donde Hernández, Tavera y Jiménez (2012) mencionan que estudiar las tendencias laborales, de remuneración, tiempo en vincularse en el medio laboral, satisfacción con la educación recibida y la aplicación de sus conocimientos adquiridos en su actual empleo o como menciona Valencia,

Alonzo y Moguel (2015) la opinión de los egresados acerca de la utilidad de la formación recibida en la universidad para su ingreso, permanencia y/o promoción en el ámbito laboral, es sumamente valiosa para la mejora y actualización de los planes y programas de estudio, lo que permite el aseguramiento continuo de la calidad.

Sin embargo, Troncoso et al. (2013), relaciona la importancia de un tener un sistema robusto de gestión entre la institución y el egresado para obtener los mejores resultados de manera articulada donde se puedan construir un proyecto de universidad y no someramente como un proceso instrumental de recolección de datos y de comunicación general de interés.

De manera similar, Martínez, Bernal, Hernández, Gil y Martínez (2005), concluyen la importancia de realizar trabajo de seguimiento a egresados donde se refleje el impacto que estos han tenido en la sociedad como profesionales de alta formación académica.

Por otra parte, para algunas universidades chilenas como lo menciona Centro Interuniversitario de Desarrollo (2014) las competencias de egreso no son iguales a las competencias profesionales. La formación universitaria no solo está atada a lo laboral, sino que debe preocuparse de la persona en su integridad, como un ser en desarrollo y como sujeto social. En ese sentido las competencias laborales garantizan un desempeño laboral favorable, no contemplan del todo la formación del egresado, que incluye además la formación personal y social.

La relación entre la educación superior y el mercado laboral es un factor clave para la mejora de la calidad y la eficiencia de las instituciones de educación. Por lo que el

seguimiento a sus graduados es un elemento estratégico para las universidades, permite a las autoridades tomar decisiones para mejorar la educación y apoyar a los profesionales, sin embargo, no es la única forma de establecer procesos de mejora, relaciones con el entorno y por ello, es pertinente evaluar otros modelos, para así dar introducción y fuerza a la propuesta.

También es importante mencionar, la importancia y medición de los egresados desde su origen social que puedan afianzar, según Enciso (2013) “la búsqueda de indicadores que permitan medir la equidad en su acceso y titulación desde diferentes perspectivas que sean significativas y se puedan relacionar con las políticas universitarias en su sentido más amplio” (p.27). Permitiendo de esta manera incluir elementos de consideración para el desarrollo de estrategias que permitan la interacción entre los egresados y la institución como componente social en la interacción que se quiera realizar entre las partes.

Ahora bien, estudios internacionales de investigación a egresados han tenido sustento en diferentes países y han servido como referencia para hacerles seguimiento y conocer su situación laboral inicial, su experiencia académica y universitaria. Siendo los más representativos el proyecto Careers after Higher Education – An European Research Syudy (CHEERS), El profesional Flexible en la Sociedad del Conocimiento: Nuevas exigencias de la educación superior en Europa (REFLEX), la versión para Latinoamérica (PROFLEX) y Higher Education as a Genarator of Strategic Competences (HEGESCO).

En la misma vía, la Asociación Columbus (2006), referencia el Manual de Instrumentos y Recomendaciones sobre el seguimiento de egresados como referente

para conocer cómo se promueve el intercambio de prácticas de seguimiento de egresados.

De acuerdo con Grisales del Río (2015) el proyecto CHEERS, fue una encuesta aplicada en los años 1998 y 2000 en países Europeos como Austria, Finlandia, Francia, Alemania, Italia, Países Bajos, España, Suecia, Reino Unido, Noruega, Republica Checa incluyendo Japón; cuyo objetivo consistió en analizar la experiencia en el mercado laboral durante los primeros años siguientes a su graduación.

Según, International Survey Higer Education Graduates – REFLEX o el profesional Flexible en la Sociedad del Conocimiento: Nuevas exigencias de la educación superior en Europa, en su página web, menciona lo que esperan de los egresados, en al menos los cuatro componentes: experiencia profesional, flexibilidad funcional, innovación y gestión del conocimiento y movilización de recursos humanos, y como lo menciona Carot, Conchado, Mora y Vila (2011), es un encuesta realizada a los egresados cinco años después de la graduación, para conocer, las competencias qué requieren los egresados en educación superior, su integración en la sociedad del conocimiento, el papel de las universidades en el desarrollo de dichas competencias, el grado de consecución de las expectativas de los graduados con sus trabajos y cómo se resolvería los desajustes entre sus expectativas y las características de su trabajo.

Grisales del Río (2015) explica como el proyecto PROFLEX fue realizado en conjunto con egresados de instituciones latinoamericanas y cuyo propósito adicional al original, era comparar la situación de sus egresados con los europeos. Así mismo, Grisales del Río (2015) citado por (Allen y Van der Velden, 2009; Pavlin, 2009, p. 100)

y bajo los mismos criterios, El Higher Education as a Generator of Strategic Competences – HEGESCO se aplica en países del este de Europa.

En ese mismo orden de ideas, Edvarsson, Gaio (2010), mencionan como referente el estudio realizado en Polonia y Suecia sobre la empleabilidad a los graduados y la satisfacción con relación el mercado de trabajo y la situación laboral de los jóvenes adultos después de la entrada en vigencia de la declaración de Bologna que inicio en el 2007, para reestructurar el sistema de educación superior en 29 países.

## **1.2. Marco teórico.**

En este apartado se enunciarán los teóricos, que, para este trabajo, son los más relevantes y que dan cuenta de la importancia del conocimiento individual y colectivo, la manera de gestionarlo para poder generar redes que permitan la interacción del mismo de una manera adecuada.

### **1.2.1. Conocimiento**

Conocimiento, como hace referencia la Real Académica de la Lengua, tiene varios significados, entre ellos la “acción y efecto de conocer” o “entendimiento, inteligencia, razón natural” y “noción, saber o noticia elemental de algo”. Conceptos generales que no permiten profundizar la apropiación del concepto para este trabajo investigativo sobre la generación de una red de conocimiento por parte de los egresados.

Así mismo, algunos autores como Luna y Velasco (2006), enfocan el conocimiento dentro de las redes de conocimiento, que pueden ser concebidas como un contexto

de aprendizaje, como un sistema de comunicación, o como un medio de integración. Pero para Polanco (2006) también pueden tener diferentes puntos de vista, es decir pueden ser redes de comunicación, internet y la web y/o redes sociales que tienen vínculos cercanos y desarrolladas para generar intercambio de información.

La OCDE (2000), define el conocimiento en cuatro diferentes clases:

- Saber – qué (know – what), conocimiento de los hechos
- Saber – cómo (know – how), conocimiento de las habilidades para realizar algo en específico.
- Saber - por qué (know – why), conocimiento que proviene del comportamiento con la naturaleza, personas y la sociedad.
- Saber – quién (know - who), supone sobre quien posee el conocimiento.

El conocimiento Nonaka y Takeuchi (1999) puede ser explícito y tácito, siendo el conocimiento explícito, aquel que se da de manera formal, expresado en número y palabras y el conocimiento tácito, como el que está ligado a la persona, difícil de precisar y comunicar partiendo de la experiencia personal o vivencial de cada ser y que puede concebirse bajo dos dimensiones, una técnica y otra cognitiva, siendo la primera donde las habilidades informales no están definidas claramente. La segunda, refiere a las creencias y aprendizajes de aceptar el medio que nos rodea. Siendo importante poder transformar el conocimiento tácito en explícito, es decir encontrar la forma de expresar lo inexplicable.

Bajo el esquema de la espiral de conocimiento, hacen referencia a cuatro tipologías entre el conocimiento explícito y el tácito:



- De tácito a tácito (socialización), cuando una persona comparte y comunica su conocimiento tácito con otra.
- De tácito a explícito (exteriorización), cuando el conocimiento tácito es comprensible, es decir explícito, utilizando medios como las analogías, diálogos, escritura, metáforas etc,
- De explícito a tácito (interiorización), cuando el conocimiento explícito es compartido otros para usarlo bajo sus propias experiencias y reformular su conocimiento tácito.
- De explícito a explícito (combinación), cuando se combinan los conocimientos existentes con otros nuevos.

En esa misma línea, Arambarri (2012), señala que el conocimiento: al ser tácito es porque los conocimientos cambian o se adaptan desde las experiencias de las personas; cuando se enfocan a la acción, porque generan otros nuevos superando a los antiguos; cuando se soportan en reglas con patrones incertados en el cerebro para actuar eficientemente ante situaciones imprevistas y aquel que se adapta al cambio porque puede ser cambiado, criticado o combinado.

Otro punto de vista para determinar el conocimiento va más allá de meramente de conocer y saber, Anderson, Quinn y Finkelstein, (1996) indican que el intelecto profesional trabaja en cuatro niveles: el conocimiento cognoscitivo (o saber qué), el práctico avanzado (o saber cómo), el de los sistemas (o saber por qué) y la creatividad auto motivada (interés en porqué) o como aquel que Alvarez (2012), plantea que el conocimiento debe combinar la teoría y la práctica.

El conocimiento para Arambarri (2012), debe entenderse no solo por el conocimiento en sí mismo sino en cómo se genera uno nuevo, así como lo menciona la UNESCO (2005) “La transformación de una información en conocimiento exige un trabajo de reflexión. De por sí, una información sólo es un dato bruto, esto es, la materia prima de la elaboración de un conocimiento” (p. 51).

Por otra parte, y como lo menciona Manríquez (2016), el conocimiento se construye con la interacción de las personas, entre más posibilidades de interacción profesional exista, se genera un mayor potencial.

El conocimiento no depende directamente de las instituciones, Lopez (2014) señala:

Gran parte del conocimiento se encuentra fuera de los controles académicos; las fronteras en estos mecanismos de vigilancia se hacen difusas y el conocimiento se torna un elemento con gran fluidez. Unas formas de conocimiento dan origen a otras: la era digital imprime mayores difusión y diversidad al conocimiento, se expresa por medio de tecnologías informatizadas, y aun en las universidades este factor pierde fronteras; el conocimiento vertical se convierte en horizontal, y viceversa, observándose en general menos jerarquías en este campo (p.160).

El conocimiento depende de la transformación y utilidad de la información, comprende el saber el qué, cómo, para qué, para quién y el cómo hacer determinadas actividades bien sean aprendidas de manera explícita o implícita y compartido con otros para generar contenidos que aporten a nuevos conocimientos.

### **1.2.2. Gestión del conocimiento**

La gestión del conocimiento, es la manera en como el conocimiento debe incorporarse en el quehacer de las instituciones para poder involucrar nuevas maneras de pensar, hacer, ejecutar y contemplar actividades que redunden en un mejor desempeño, Argyris y Schön (1978) manifestaron que las personas aprenden de sus actividades diarias, especialmente cuando interaccionan con otros y con el medio exterior.

Para Tejedor y Aguirre (1998), la gestión del conocimiento son procesos que utilizan el conocimiento como objeto principal para generar valor en las organizaciones mediante su interacción, es decir la forma en que una organización defina sus procesos conllevara a una verdadera una interacción para que el conocimiento genere valor organizacional.

Quizás es Nonaka, uno de los autores que más han aportado a la teoría de conocimiento y la manera de gestionarlo, nos induce a la necesidad de contar con un modelo de generación de conocimiento como paso real de creación de conocimiento que incluya la combinación del mismo, sea tácito o explícito, según la teoría de gestión de conocimiento organizacional de Nonaka y Takeuchi en 1999.

Se puede decir, según Barragán (2009) que la gestión del conocimiento es una disciplina que apunta en concebir, compartir y utilizar el conocimiento existente para que suministre soluciones a las necesidades de los individuos y el desarrollo de las comunidades.

Existen diferentes modelos de gestión de conocimiento, desde la percepción teórica, filosófica, social, técnica, de capital social y científica que de acuerdo con los autores Mcadam y McCreedy (1999); Rodriguez (2006); Kakabadse, Kakadse, y Kouzmin (2003) recopilan cada sentir de lo que debería tener un modelo de gestión de conocimiento adaptable a las condiciones de cada variable que se quiera involucrar para la construcción de comunidades y economías sobre las bases del conocimiento continuo de innovación o como menciona Barragán (2009), que permita a las organizaciones propender por una ventaja competitiva dentro de la economía global.

Por mucho tiempo se manejó que la gestión del conocimiento dependía de los diferentes puntos de vista y enfoques que se le imprimieran, López (2011) relaciona que las organizaciones europeas se enfocaban en medir el conocimiento; las americanas valoraban el conocimiento existente, con el uso de las tecnologías de la información; y las japonesas se preocupaban en crear nuevo conocimiento, desde lo individual y grupal.

Una adecuada gestión de conocimiento en las organizaciones, Gairín (2015) señala que contribuye a un adecuado desarrollo continuo de capital intelectual en las instituciones, conllevando a un aumento en su competitividad, induce a una cultura colaborativa, mejora el conocimiento mutuo de sus colaboradores, permite la innovación y el cambio, impulsa sinergias y mejora la imagen institucional.

La gestión de conocimiento para Perez (2016) es una disciplina que diseña e implementa sistemas para identificar, capturar y compartir el conocimiento de una organización para convertirlo en valor para ella misma. Sin embargo, es importante que la gestión de conocimiento “desarrolle un modelo basado en un sistema de

información basado en un sistema de información, una red compartida, un espacio de conocimiento y un proceso de realimentación que sostenga las TICs” (García Álvarez, 2013).

Es así que para Rodríguez (2016) “las nuevas posturas de la gestión del conocimiento están aquellos que incluyen elementos organizacionales y éticos en la producción de investigaciones difundiendo de tal forma que el aprendizaje organizacional se vea favorecido” (p.126) o como lo menciona Aportela y Ponjuán (2008) la nueva generación de conocimiento que acepta la falibilidad, convirtiéndola en la más convincente rama de la Gestión de conocimiento, puesto que al ser falible el conocimiento humano, depende de una filosofía del conocimiento que permita estar abiertos a la crítica.

La gestión de conocimiento, según Nieves, León (2001), permite aumentar el rendimiento de las instituciones, el liderazgo de las mismas en el medio, la competitividad en el tiempo, una mejor comunicación y generar nuevas oportunidades de negocio, ya que el conocimiento se debe transformar para en acciones y resultados. Es así, que una institución que sepa aprovechar el conocimiento obtenido será distinguida por su manera de enfocarlo hacia la conformación de una cultura organizacional única e inteligente.

La gestión de conocimiento es la manera en que el conocimiento individual y colectivo de las personas que integran una comunidad es apropiado y compartido por diferentes estamentos para obtener un beneficio común.

### **1.2.3. Redes de Conocimiento**

La conceptualización de las redes de conocimiento nos ayuda a determinar cómo se concibe la interacción del conocimiento en las diferentes áreas o variables a las cuales una organización debe involucrar para transferir, intercambiar y comunicar lo que aprende o realiza.

Lopera (2000) señala que una red de conocimiento es:

Un grupo multidisciplinario de personas e instituciones que se asocian para investigar o desarrollar proyectos con sentido social, y para ello se apoyan en la información que aportan y fluye por redes de información, la cual es transferida a través de las redes telemáticas. La finalidad de una red de conocimiento es mejorar la calidad del trabajo académico y científico, optimizar la gestión del conocimiento, crear y fortalecer la cooperación y el aprovechamiento de recursos, y posibilitar el libre flujo de la información entre los grupos sociales (p. 8)

De esta manera la información que se obtenga de diversas fuentes servirá para incrementar la oferta de valor que una institución educativa desee brindar y mantener en sus grupos de interés.

Por otra parte, Faloh y Guzman (2007) exponen que el conocimiento es la base para las distintas redes, y las que las posibles redes humanas o de organizaciones humanas serán redes del conocimiento. Es así que la interacción continua de las personas, ya sea entre ellas o con las diferentes organizaciones, generará un conocimiento que se canalizará por medio de redes o con alguna o varias personas

que se interrelacionen con ella, es así que las redes, organizaciones o sistemas humanos son el pilar de las redes del conocimiento.

Las redes de conocimientos para Romero (2009) tienen las siguientes características: deben ser autónomas, su esquema es flexible, heterogéneas y poco jerarquizadas, existe un alto grado de incertidumbre y los participantes colectivamente delimitan los objetivos y resuelven los problemas., Así mismo, indica que tienen beneficios al buscar permanentemente el equilibrio entre la calidad académica y los de rentabilidad económica, fortalecen los conocimientos, desarrollan acciones de cooperación, promueven la investigación científica, favorecen el intercambio, la capacitación y el aprovechamiento de recursos entre sus miembros, unifican y elevan el nivel de confianza aumentando la capacidad de trabajo en la red.

Las redes de conocimiento son espacios de expresión donde los individuos pueden intercambiar y compartir lo que han aprendido y creado por medio de un canal de información, generalmente tecnológico o electrónico. Herrera y Silva (2011) muestran que existen redes de conocimiento que se basan en el intercambio de información especializada, aquellas que intercambian conocimientos nuevos y/o requeridos, otras que asimilan tecnologías importadas y las de grupos multidisciplinarios e interinstitucionales, buscando mejorar los procesos y productos de una organización o, como sugiere López (2011) “no es una red física, sino es una red de personas que generan e intercambian conocimientos sobre un tema” (p. 121) y “se basan en una estructura de funcionamiento, normas claramente definidas, objetivos y reglas, compromiso de colaboración por parte de los miembros, y recursos humanos y de soporte” (p.121).

El trabajo en red para Cárdenas, Klingler y Rivas (2012) es consecuencia de la aceptación de formas flexibles y participativas de organización, implementadas para aplicar los conocimientos con el fin de abordar y proponer soluciones a los problemas, donde pueden conjugar diversos actores como universidades, empresas e instituciones gubernamentales mediante el trabajo cooperativo.

Así mismo es importante que la construcción de una Red, debe generar productos que permitan el seguimiento y retroalimentación de sus contenidos para que la transformación del conocimiento siga su proceso de otros nuevos, así como lo menciona Hernandez (2012) “el trabajo de las redes tenga salidas, que sus resultados estén a la vista, particularmente mediante la elaboración de documentos con las características antes señaladas (para conocer el estado del conocimiento de los temas, líneas de investigación, propuestas de desarrollo y/o criterios o lineamientos)” (p.88).

Es así que para Gutiérrez y Flores (2011), las redes de conocimiento pueden catalogarse en redes de empresas, organizacionales, sociales conocimiento y las de innovación, siendo las primeras (empresas) aquellas que manejan conocimiento desde la fundamentación comercial y que se adapta a la producción; las siguientes (organizacionales), como aquellas que provienen de lo técnico, tecnológico y científico, es decir con conocimiento explícitos y las últimas dos (académicas, gubernamentales y comunitarias) que le dan mayor relevancia al conocimiento tácito transmitido.



### 1.3. Marco Contextual

El modelo de formación dual en Latinoamérica, proviene de la incorporación de la enseñanza que en Alemania se imparte desde los años setenta como una alternativa práctica a los estudios tradicionales. Es así, que a través de la Cámara de Comercio Colombo Alemana con la Agencia Alemana de Cooperación al Desarrollo (GTZ) le propone al gobierno alemán incluir el modelo de formación universidad - empresa (modelo dual) con las Berufsakademie, actualmente Duale Hochschule (DH) en Colombia como prueba piloto, Berufsakademie (2009).

Es por esto que, la DHLA (2016), menciona que desde la incorporación en el año 2001 en Colombia del modelo dual, este tipo de formación busca tener beneficio tanto en estudiantes, empresas e instituciones de educación superior ya que en las empresas se puede conservar y mantener el conocimiento que los estudiantes han adquirido en su etapa de formación si deciden contratarlos; en los estudiantes porque adquieren contacto empresarial desde el inicio de sus programas académicos y en las instituciones porque las hace más atractivas en el mercado.

En adición a lo anterior, y según sus datos, la DHLA, tenía para el año 2016, 2486 egresados bajo esta modalidad, cuya concentración Latinoamérica está en Colombia con un 78,5%, seguido por México con un 10.8%, Ecuador con el 7,7% y Perú con un 3%. Egresados que por su conocimiento desde la formación práctica desarrollan competencias para que nuevos conocimientos y que pueden ser generadores de beneficios no solo entre ellos y con sus las instituciones educativas sino con las empresas donde ejercen sus labores profesionales.

Es así, que en Colombia, Uniempresarial surge de la idea que en el año de 1996, en el marco del desarrollo de un convenio de cooperación técnica entre Alemania y Colombia Berufsakademie (2009), donde la Agencia Alemana de Cooperación al Desarrollo (GTZ) presentó a la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), esta iniciativa quien, por su interés en dar respuesta a las necesidades empresariales, de tener talento humano formado de acuerdo a la realidad empresarial y de la región, participó activamente en el proyecto de creación de la Fundación Universitaria. Es así que es fundada en el 2001 como una institución comprometida con la formación de talento humano para el beneficio del sector empresarial de Bogotá, su región y país (Uniempresarial, 2012).

Uniempresarial, cuenta con ocho programas profesionales de los cuales cinco son de formación dual, para Administración de Empresas, Marketing y Logística, Finanzas y Comercio Internacional, ingeniería de Software e Ingeniería Industrial y, tres programas más de calendario internacional o trimestral para Contaduría Pública, Negocios Internacionales y Administración Turística. Para julio de 2016, Uniempresarial contaba con 2044 egresados de diferentes programas académicos, donde el 76% corresponde a egresados de licenciatura o programas profesionales, el 11% de programas de posgrado, el 7% de programas tecnológicos y el 6% de programas técnicos.

Adicionalmente, y con base en el estudio de percepción realizado por Rojas (2014), los egresados de Uniempresarial se encuentran ocupados, bien sea como empleados, emprendedores o estudiando y empleado en un 94%; el 85% tiene una percepción positiva del tipo de formación teórica-práctica recibida; el 89% indica que el

conocimiento adquirido la ha ayudado a la resolución de problemas en situaciones reales; el 82% percibe que su formación fue integral en cuanto valores, conocimientos y desarrollo personal y el 77% están satisfechos con el tipo de formación.

Por otra parte, Llisterri, Gligo, Homs, y Ruíz-Devesa, (2014), mencionan que la formación dual en Latinoamérica ha estado limitada en su alcance por el número de empresas participantes. Sin embargo, este modelo de enseñanza, aprendizaje en aula y empresa, ha venido ganando terreno, al considerar que los jóvenes pueden tener un mejor desarrollo de las competencias profesionales.

Finalmente, es importante mencionar los datos que, en Colombia, bajo el Observatorio Laboral para la Educación, OLE, (2016), suministra para entender el entorno en que se mueven los egresados a nivel general. Los datos que refleja su página web, Colombia para el año 2015 tenía 374.738 graduados, representados en un 47,6% por estudios universitarios, 27,3% como tecnológicos, un 20,5% con estudios de posgrados (16,6% en especialización; 3,8% en Maestría y 0,1% en Doctorado) y un 4,5% en Técnico.

#### **1.4. Marco Legal**

Decreto 1075 de 2015 del Ministerio de Educación de Colombia, Reglamentario del Sector Educación, pide en el título 3, capítulo 1, artículo 2.5.3.1.3 que habla sobre las condiciones básicas calidad en su numeral 9, tener plan de seguimiento a egresados. El Decreto 1295 de 2010 reglamentario para la obtención de un registro calificado para programas de educación superior, en su capítulo II, artículo 6, numeral

6.4 habla sobre el Programa de egresados, donde las instituciones de educación superior desarrollen una estrategia a corto y largo plazo para conocer el desempeño de los egresados y el impacto social del programa.

Así mismo, el Consejo Nacional de Educación Superior (CESU), en el acuerdo 03 de 2014, por el cual se aprueban los Lineamientos para la Acreditación Institucional, determina los aspectos que evalúa a toda institución educativa superior con relación a su interacción con el medio social, cultural y productivo para la pertinencia y formulación de sus políticas, donde el papel de los egresados se mide bajo los aportes sociales que ellos tengan en el campo empresarial, científico, artístico, cultural, económico y político; los servicios que reciben de la institución para su incorporación laboral; la eficacia de los sistemas de información y seguimiento; los canales de comunicación utilizados para apoyar el desarrollo institucional y la cooperación mutua y, el seguimiento a sus en la participación de los mismos en la evaluación curricular y en la institución.

Por otra parte, la Berufsakademie determina unos lineamientos específicos y exigidos a todos los miembros de la Red de Universidades Duales mediante la Certificación Matricial validada en la ISO 9000:2001 y cuyo certificador es CERTQUA, institución alemana dedicada exclusivamente al sector de la educación para el trabajo.

Otros fundamentos, no menos importantes, que enmarcan el sector de la educación son la Ley 30 de 1992 menciona las pautas para la prestación del servicio educativo en la educación superior. La Ley 715 de 2001, sobre la que se dictan normas en materia de recursos y competencias para organizar la prestación de los servicios de educación y salud. Ley 749 de 2002 que menciona la organización del servicio

educativo en formación técnica profesional y tecnológica, donde Uniempresarial tiene egresados.

## CAPITULO II. METODOLOGÍA

Esta investigación es de tipo exploratorio – descriptivo, con enfoque mixto. Que para Hernández, Fernández, y Baptista, (2014) la metodología exploratoria se aplica para temas poco tratados, como las de redes de conocimiento de egresados y descriptiva, ya que pretende describir las tendencias de un grupo, en este caso de los egresados y con enfoque mixto porque persigue conocer qué tipo de información maneja una institución universitaria de sus egresados y aquella considerada pertinente por ellos, mediante la recolección y análisis de la información obtenida al combinar datos cuantitativos como cualitativos donde se puedan especificar las características y perfiles de los egresados.

### 2.1. Diseño metodológico

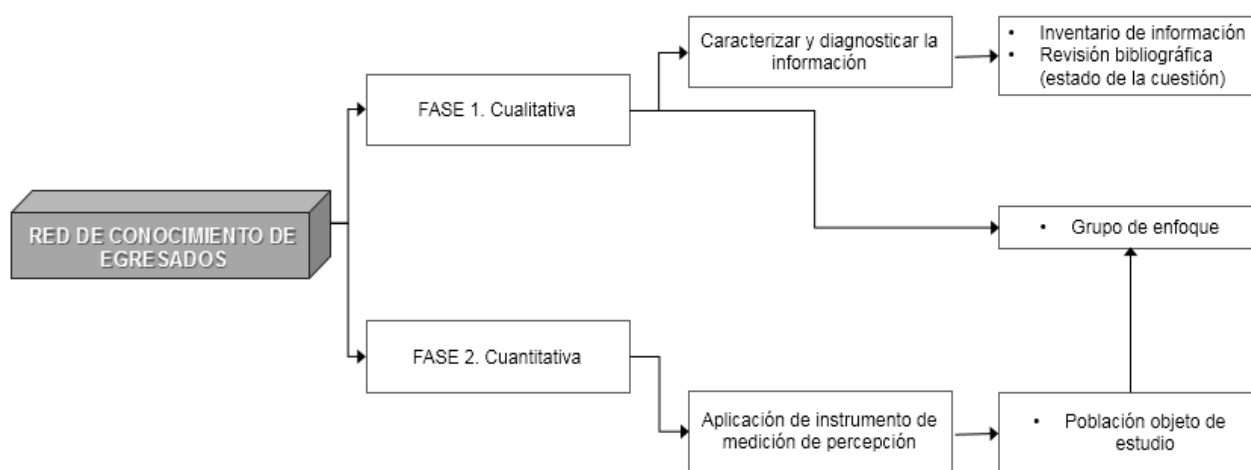


Figura No. 1. Metodología de la Investigación. Fuente: elaboración propia

### **2.1.1. Fase Cualitativa**

Hernández, Fernández, y Baptista, (2014) mencionan como aquella que “se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto” (p. 358). El objetivo es caracterizar y diagnosticar la información y canales que se tienen en Uniempresarial con relación a sus egresados, para ello se revisará el inventario de información que se maneja y determinar su finalidad, uso y frecuencia, además de realizar una revisión bibliográfica, que busca hacer una revisión de los estudios o investigaciones realizadas con relación a redes de conocimiento que permitan tomar elementos para la formulación del instrumento de percepción y el análisis de contenido.

### **2.1.1. Fase Cuantitativa**

Es aquella, para los mismos autores, obedece a un proceso probatorio, mediante la recaudación de datos con base en la medición numérica y el análisis estadístico para constituir pautas de comportamiento, al diseñar y aplicar el instrumento de medición de percepción de los egresados para identificar los factores claves de información que condicionan el diseño de una red de egresados, qué canales de comunicación serían los más adecuados y cómo debería actualizarse y articularse la información que allí se deposite. Para ello se analizarán los datos finales con el programa estadístico SPSS.

En esta fase, se revalidará con distintos egresados, los factores más relevantes arrojados del instrumento de medición. Mediante la observación y acopio de opiniones de los egresados en un grupo de enfoque que para Hernández, Fernández, y Baptista, (2014) “existe un interés por parte del investigador por cómo los individuos forman un esquema o perspectiva de un problema a través de la interacción” (p.408) y cuya finalidad consiste, y como mencionan los mismos autores, “mimetizarse con éste, pero también en captar lo que las unidades o casos expresan y adquirir una comprensión profunda del fenómeno estudiado” (p.397).

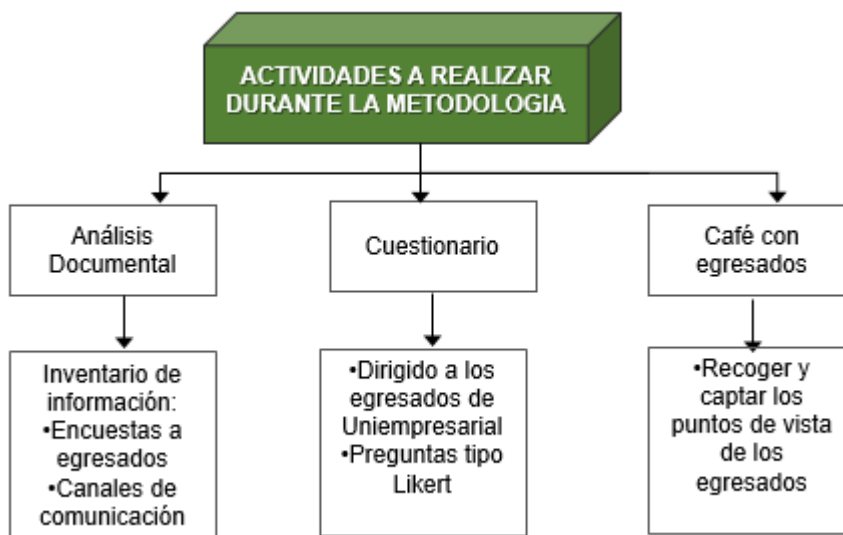


Figura No. 2. Actividades a realizar en la Metodología. Fuente: elaboración propia



Para concluir, cuáles serían los factores claves para el diseño de una red de conocimiento de egresados más conveniente tanto para ellos como para la institución. Para esto, en la Tabla No. 1 se representa la operacionalización de variables tomando como referencia a (Medina, 2015).

Tabla No 1. Operacionalización de variables

| <b>Variables</b>  | <b>Dimensiones</b>   | <b>Indicadores</b>  | <b>Instrumento</b>                         |
|---|--|---|--|
| Información y canales con los que cuenta la institución con relación a sus egresados. | Conocimiento:<br>Información existente<br>Canales de información | Inventario de información y canales<br>Caracterización de los egresados | Análisis documental                        |
| Factores para la construcción de una red de egresados.                                | Gestión de conocimiento:<br>Factores de pertinencia              | Encuesta realizada<br>Opinión de los egresados<br>Datos y análisis      | Encuesta escala Likert<br>Grupo de enfoque |
| Modelo de red de egresados para la gestión de conocimiento y relacionamiento.         | Redes de conocimiento – egresados:<br>Modelo de red              | Planteamiento de modelo de red  | Resultados encuesta                        |

Fuente: Elaboración propia

## 2.2. Población objeto de estudio

Serán los egresados de la Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá, Uniempresarial. Para julio de 2016, contaba con 2044 egresados de diferentes programas académicos, donde el 76% corresponde a egresados de licenciatura o programas profesionales, el 11% de posgrado, el 7% tecnológicos y el 6% técnicos.

Tabla No 2. Egresados por tipo de programa

| Programa  | No Egresados | %    |
|-----------|--------------|------|
| Posgrado  | 228          | 11%  |
| Pregrado  | 1549         | 76%  |
| Tecnólogo | 135          | 7%   |
| Técnico   | 132          | 6%   |
| Total     | 2044         | 100% |

Fuente: Oficina de relacionamiento con egresados 2016 – Uniempresarial

Los principales programas académicos con mayor número de egresados, son el de Finanzas y comercio exterior con un 30%, Administración de empresas con un 29% y el de posgrado de Alta gerencia con un 8%.

Tabla No 3. Egresados por tipo de programa académico

| Programa Académico  | No Egresados | %   |
|---|--------------|-----|
| Profesional en Finanzas y Comercio Exterior                 | 612          | 30% |
| Administrador de Empresas                                   | 585          | 29% |
| Especialista en Alta Gerencia                               | 162          | 8%  |
| Técnico Por Competencias Laborales Comercial En Call Center | 132          | 6%  |
| Tecnólogo Adm. De Empresas Comerciales                      | 108          | 5%  |
| Administrador de Empresas Comerciales                       | 107          | 5%  |
| Profesional en Negocios Internacionales                     | 84           | 4%  |
| Administrador de Empresas Industriales                      | 55           | 3%  |
| Especialista en Marketing                                   | 50           | 2%  |
| Marketing y Logística                                       | 39           | 2%  |
| Contador Publico  | 33           | 2%  |
| Tecnólogo Manejo De Residuos Solidos                        | 27           | 1%  |
| Administración Ambiental con Énfasis en Agronegocios        | 22           | 1%  |
| Especialista en Finanzas y Negocios Internacionales         | 16           | 1%  |
| Administrador Turístico                                     | 12           | 1%  |

Fuente: Oficina de relacionamiento con egresados 2016 – Uniempresarial

Así mismo, del total de egresados, el 59% son mujeres y restante hombres.

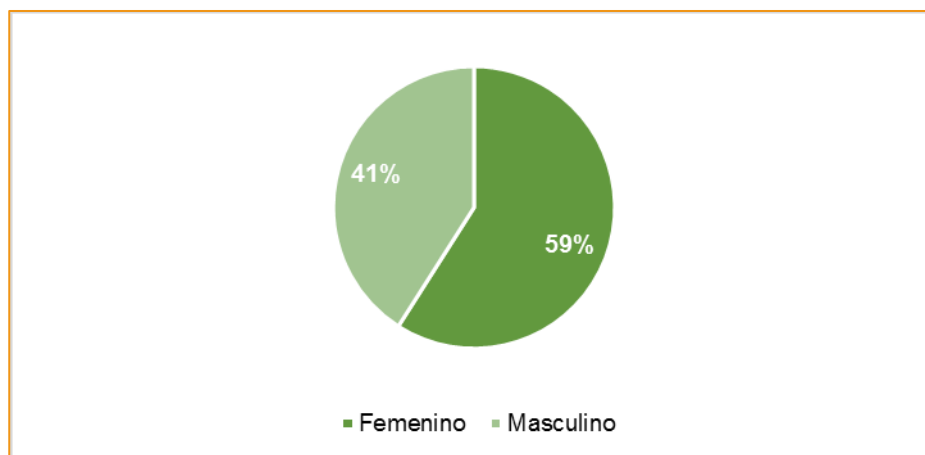


Figura No 3. Perfil - Género de los egresados

El 78% se encuentra en un nivel socio económico medio, el 19% en un nivel bajo y el 3% en un nivel alto

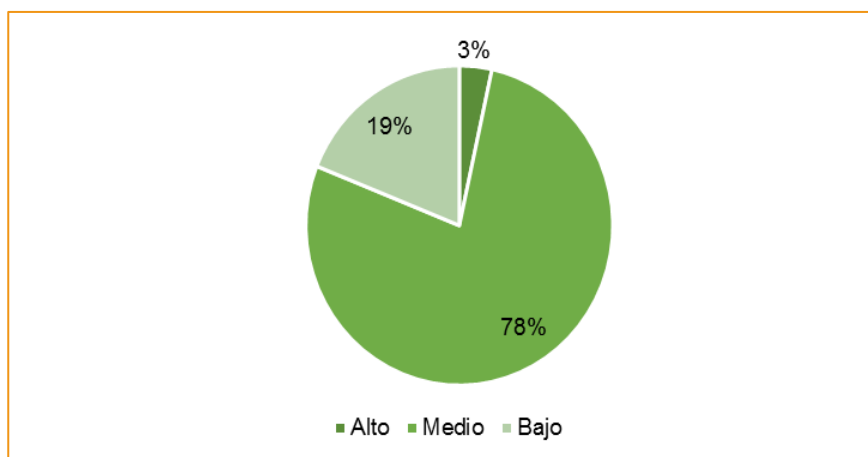


Figura No 4. Perfil - Nivel socioeconómico

Para la realización de esta investigación, Uniempresarial definió un total de 700 egresados a los cuales se les aplicará el instrumento. Los egresados fueron seleccionados bajo el criterio de la Oficina de Relacionamiento con Egresados de la

institución teniendo en cuenta no afectar procesos posteriores de autoevaluación institucional.

### **2.3. Diseño del Instrumento de percepción a los egresados**

Se definió realizar un cuestionario estructurado en cuatro bloques diferenciados, el primero orientado a capturar la información de cómo se podría transferir el conocimiento; el segundo, en la determinación de inclusión de factores a ser tomados en cuenta para la construcción de la red de conocimiento; el tercero, para determinar el medio o canal de comunicación más adecuado y el cuarto, para determinar qué utilidad le darían los egresados a la red. Consta de 35 ítems cerrados basados en preguntas tipo Likert (Hernandez, Fernandez y Baptista, 2014) y con una definición de escala, donde 1 representa totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 de acuerdo, 5 totalmente de acuerdo.

Una vez diseñado el instrumento se validó con expertos. Se pidió a personas encargadas de las oficinas de egresados de otras instituciones de la ciudad de Bogotá que dieran su calificación a los instrumentos y cuyo resultado indico que la mayor parte de preguntas tienen una univocidad clara, son pertinentes e importantes, salvo una pregunta que debería ser eliminada del cuestionario por no considerar los anteriores criterios.

Tabla No. 4. Calificación de expertos

| Bloque de preguntas            | Ítem  | Univocidad (% válido) | Pertinencia (% válido) | Importancia (Media) | Decisión Si / E / M / MQ |
|--------------------------------|---|-----------------------|------------------------|---------------------|--------------------------|
| Transferencia del conocimiento | Le gustaría pertenecer a una Red de Conocimiento de Egresados de Uniempresarial?  | 100                   | 100                    | 3,6                 | Si                       |
|                                | Le gustaría compartir su conocimiento con otros egresados para fines académicos?  | 100                   | 80                     | 3,4                 | Si                       |
|                                | Le gustaría compartir su conocimiento con otros egresados para fines comerciales? | 100                   | 100                    | 3,6                 | Si                       |
|                                | Le gustaría compartir su conocimiento con otros egresados para fines sociales?    | 100                   | 100                    | 3,6                 | Si                       |
| Inclusión de factores          | Información académica realizada después de sus estudios universitarios            | 100                   | 100                    | 3,8                 | Si                       |
|                                | Si es empresario, información comercial sobre su organización o empresa           | 100                   | 80                     | 3,6                 | Si                       |
|                                | Si es independiente, información de sus actividades económicas                    | 100                   | 80                     | 3,4                 | Si                       |
|                                | Tiempo de experiencia laboral adquirido   | 80                    | 80                     | 3,2                 | Si                       |
|                                | Sectores económicos donde ha prestado sus servicios                               | 100                   | 100                    | 3,6                 | Si                       |
|                                | Casos de experiencia laboral  | 100                   | 100                    | 3,6                 | Si                       |

|                        |   |     |     |     |    |
|------------------------|---|-----|-----|-----|----|
|                        | Casos de experiencia académica  | 100 | 100 | 4,4 | Si |
|                        | Artículos de investigación  | 100 | 100 | 3,2 | Si |
|                        | Ponencias académicas  | 100 | 100 | 3,2 | Si |
|                        | Casos de experiencia social   | 80  | 80  | 3,2 | Si |
|                        | Experiencias internacionales  | 100 | 100 | 3,8 | Si |
|                        | Experiencias personales   | 80  | 80  | 3,2 | Si |
| Medios de comunicación | Página WEB  | 100 | 100 | 3,8 | Si |
|                        | Aplicativo para los teléfonos inteligentes                                  | 80  | 80  | 2,8 | Si |
|                        | Redes sociales:   | 100 | 100 | 3,8 | Si |
|                        | Linkedin  | 100 | 100 | 3,8 | Si |
|                        | Facebook  | 80  | 80  | 2,8 | Si |
|                        | Instagram   | 80  | 80  | 2,0 | E  |
|                        | WhatsApp  | 60  | 60  | 3,0 | Si |
|                        | Blog temáticos  | 80  | 80  | 2,8 | SI |
|                        | Reuniones Mensuales   | 80  | 80  | 2,8 | SI |
|                        | Encuentros con egresados  | 100 | 100 | 3,8 | SI |
|                        | Boletines de prensa   | 100 | 100 | 3,8 | SI |
| Utilidad de la red     | Publicación de sus casos en las diferentes redes sociales de la Institución | 100 | 80  | 3,6 | SI |
|                        | Ser tenido en cuenta para charlas con estudiantes                           | 80  | 80  | 3,2 | SI |
|                        | Ser tenido en cuenta como docente   | 80  | 80  | 3,6 | SI |

|   |     |     |     |    |
|---|-----|-----|-----|----|
| Poder entablar relaciones comerciales con otros egresados | 100 | 100 | 3,4 | SI |
| Poder entablar relaciones académicas con otros egresados  | 100 | 100 | 4   | SI |
| Poder entablar relaciones sociales con otros egresados    | 100 | 80  | 3,2 | SI |
| Encontrar nuevas oportunidades de vinculación laboral     | 100 | 100 | 4   | SI |
| Actualización personal en diversos temas                  | 100 | 100 | 3,8 | SI |

Fuente: Elaboración propia

El instrumento fue ubicado en el Google Drive para que fuera diligenciado online desde cualquier computador o teléfono inteligente. Se socializó por medio de correos electrónicos personalizados enviados por la Oficina de Relacionamiento con Egresados, invitando mediante una pieza gráfica, respondieran el instrumento. Se les indicó que la opinión de ellos era importante para la creación de una red de conocimiento de egresados y se realizó durante el mes de marzo de 2017.

### **CAPITULO III. RESULTADOS**

Los siguientes son los datos analizados de la exploración descriptiva del inventario de la información que Uniempresarial tiene de sus egresados y de los datos estadísticos del instrumento aplicado para conocer la opinión de las variables que debería tener una Red de conocimiento.

#### **3.1. Inventario de la información de los egresados de Uniempresarial**

Las diferentes instituciones de educación superior utilizan como un insumo, los instrumentos de seguimiento de sus egresados y de recopilación de datos a través de formularios o encuestas como lo indican Sánchez et al. (2010); Aldana et al. (2008); Valencia, Alonzo y Moguel (2015); Centro Interuniversitario de Desarrollo (2014) y Grisales (2015).

Uniempresarial (2012), ha definido dentro de sus políticas de seguimiento a sus egresados, diferentes fuentes o canales de información para poder caracterizarlos, desde el primer momento en que obtienen esa condición. Para ellos determinó que se aplicará la Encuesta de seguimiento a egresados del Observatorio Laboral para la Educación, OLE, del Ministerio de Educación a los estudiantes que optarían por el título universitario y cuya finalidad es conocer la percepción académica, servicios institucionales recibidos, la ocupación que tendrían en el corto plazo y las consideraciones generales sobre su institución. Estableció de igual manera la aplicación del Instrumento de Impacto y satisfacción de egresados de Uniempresarial cada dos años para determinar el impacto laboral alcanzado una vez graduados y la



percepción de la educación recibida por el modelo dual enseñado. En ese orden de ideas, implanto el seguimiento a los egresados para conocer su ocupación por medio de la Red Social – LinkedIn que bajo los mismos lineamientos en los encuentros con egresados; cursos de actualización y de la atención personalizada en la oficina de relacionamiento con egresados se debe recopilar toda información laboral y de estudios alcanzados por ellos.

Tabla No. 5. Canales de información para caracterización de los egresados.

| No | Fuente   | Promociones de egresados | Frecuencia  | Información encontrada  |
|----|--|--------------------------|---|---|
| 1  | Encuesta de seguimiento a egresados del Observatorio Laboral para la Educación, OLE. (Ministerio de Educación) | Recién egresados         | Uno por semestre  | Datos de información personal, historia académica, competencias, plan de vida, situación laboral, identidad con la Institución de Educación superior y satisfacción de los recursos ofrecidos por la IES. |
| 2  | Instrumento de Impacto y satisfacción de egresados. (Uniempresarial)   | Todas las cohortes       | Cada año para satisfacción y cada dos años para impacto | Datos de la percepción de impacto y satisfacción del modelo dual de los egresados y empresarios   |
| 3  | Red Social - LinkedIn  | Todas las cohortes       | Constante   | Datos de información laboral  |
| 4  | Encuentro con egresados  | Todas las cohortes       | De acuerdo a programación                               | Datos de actualización de información personal y laboral  |
| 5  | Cursos de actualización  | Todas las cohortes       | De acuerdo a programación                               | Datos de actualización de información personal y laboral  |
| 6  | Atención personalizada   | Todas las cohortes       | Por demanda   | Datos de actualización de información personal y laboral  |

Fuente: Oficina de relacionamiento con egresados - Uniempresarial

Por otra parte, la información de los instrumentos de recopilación de datos, manejan distintos criterios: en objetivo, frecuencia de aplicación, población y número de preguntas para su aplicación.

Tabla No 6. Información de los instrumentos de recopilación de datos

| Criterio            | Instrumento Satisfacción                                     | Instrumento Impacto                                    | Instrumento Observatorio Laboral  |
|---------------------|--|--|---|
| Objetivo            | Medir la satisfacción en los recursos y servicios ofrecidos. | Medir el impacto en el ámbito laboral del modelo dual. | Analizar los avances en la calidad de la educación, la pertinencia de los programas académicos y la situación laboral del egresado. |
| Frecuencia          | Anual  | Cada 2 años  | Cada 6 meses  |
| Población           | Muestra  | Muestra  | Censal para los recién egresados  |
| Número de preguntas | 19   | 45   | 112   |

Fuente: Oficina de relacionamiento con egresados - Uniempresarial

Es así, como Uniempresarial alimenta la base de datos de seguimiento a egresados y la utilizada para consolidar los datos de ocupación, desempeño laboral, estudios académicos posgraduales, percepción y satisfacción de la formación y servicios recibidos y, es utilizada con fines de renovación de registros calificados, acreditación de programas, en procesos de autoevaluación institucional y como insumo para la realización de encuentros con egresados.

Sin embargo, no se logra evidenciar que dicha información, además de lo anterior, sea utilizada para generar alternativas distintas para que se compartan conocimientos en otras áreas sociales, académicas y/o comerciales.

Es por ello, que proponer un modelo que permita a Uniempresarial tener una red de conocimiento con sus egresados para desarrollar diferentes interacciones, se vuelve preponderante para que la información no solo sea de uso institucional sino como apoyo personal y laboral de los egresados.

### **3.2. Caracterización de los egresados:**

En esta fase cuantitativa, el instrumento es analizado y validado mediante el sistema SPSS y la confiabilidad del instrumento arrojada por el Alfa de Cronbach fue de 0.889, considerándose confiable.

Del total de egresados a quienes se les pidió el diligenciamiento del instrumento, solo respondieron el 20% (138 encuestas) en su totalidad, considerando la disposición de los mismos para el diligenciamiento del instrumento, así como lo resalta Rojas (2014) “siendo estos un grupo complejo de que contesten encuestas y que asistan a eventos, por sus diferentes ocupaciones y un número importante dice que sus compromisos laborales no les permite acudir a este tipo de llamado o dedicar tiempo al diligenciamiento de encuestas” (p.83).

Los egresados que respondieron corresponden a los programas de: Administración de empresas con un 28%, los de Finanzas y comercio exterior con

22%, especialización en Alta Gerencia con un 20%, de Negocios internacionales con un 9% y los demás suman un 21% de participación.

Tabla No 7. Datos de egresados que respondieron el instrumento

| Programa académico egresados                        | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|------------|-------------------|----------------------|
| Administrador de Empresas Comerciales               | 1          | 1%                | 1%                   |
| Administrador Turístico                             | 1          | 1%                | 1%                   |
| Tecnólogo Manejo De Residuos Solidos                | 2          | 1%                | 3%                   |
| Administrador de Empresas Industriales              | 3          | 2%                | 5%                   |
| Contador Publico                                    | 3          | 2%                | 7%                   |
| Especialista en Finanzas y Negocios Internacionales | 3          | 2%                | 9%                   |
| Especialista en Marketing                           | 3          | 2%                | 12%                  |
| Marketing y Logística                               | 3          | 2%                | 14%                  |
| Técnico en Call Center                              | 3          | 2%                | 16%                  |
| Tecnólogo Adm. De Emp. Comerciales                  | 7          | 5%                | 21%                  |
| profesional en negocios internacionales             | 13         | 9%                | 30%                  |
| Especialista en Alta Gerencia                       | 27         | 20%               | 50%                  |
| Profesional en Finanzas y Comercio Exterior         | 31         | 22%               | 72%                  |
| Administrador de Empresas                           | 38         | 28%               | 100%                 |
| <b>Total</b>  | <b>138</b> | <b>100%</b>       |                      |

Fuente: Elaboración propia

El 52% fueron hombres y 48% mujeres.

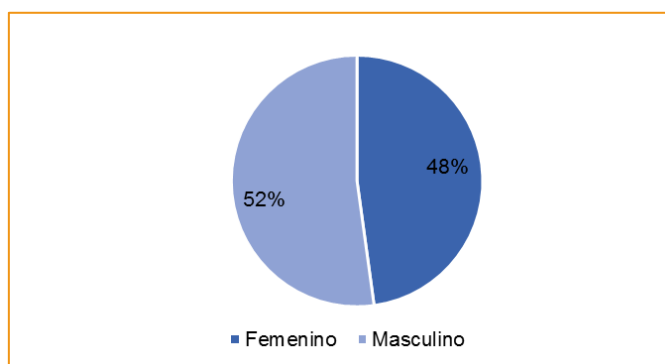


Figura No 5. Caracterización - Género

El 55% se encuentra en un rango de edad de 20 a 29 años, el 29% se ubica entre los 30 y 39 años, el 12% entre 40 y 49 años y el 4% son mayores de 50 años.

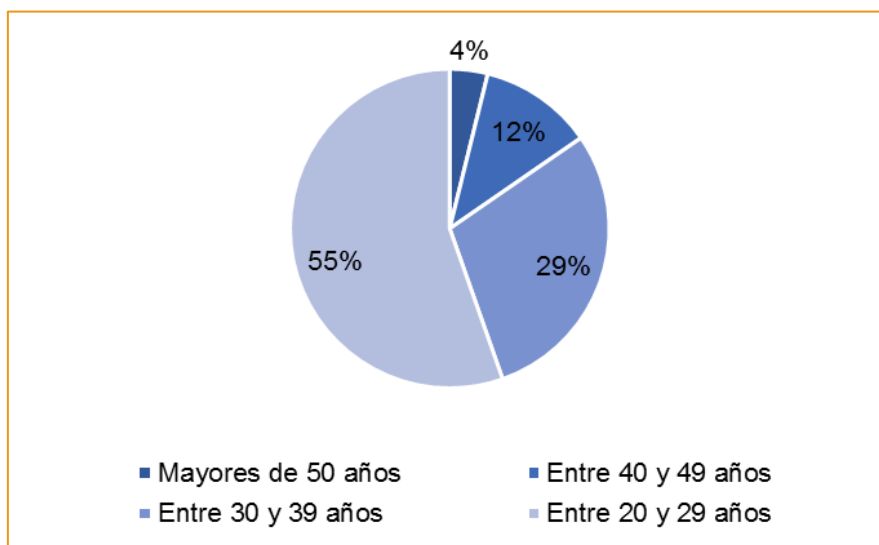


Figura No. 6. Caracterización - Rango de edades

El tiempo que llevan como egresados está entre 1 y 4 años con el 54%, el 38% entre 5 y 9 años y restante 8% más de 10 años.

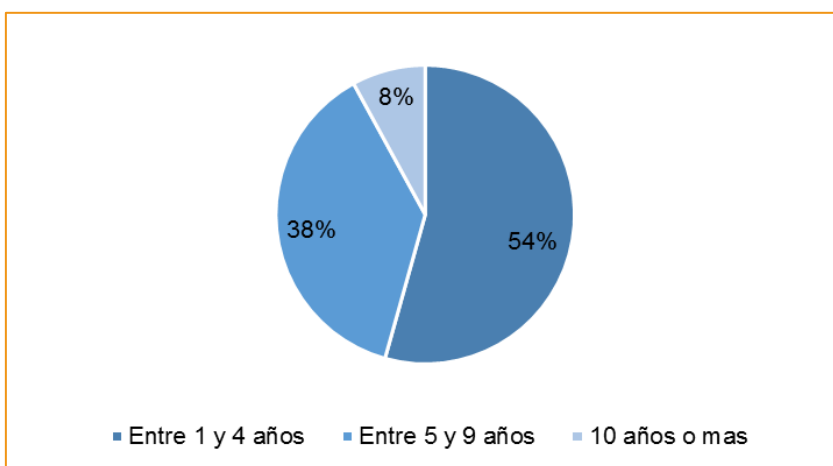


Figura No. 7. Caracterización - Tiempo como egresados

### 3.3. Percepción de los egresados

El primer bloque de preguntas encaminadas a conocer la Trasferencia de conocimiento, genera una media de 4,3 y una desviación estándar de 0,85. Al preguntarles si les gustaría pertenecer a una red de conocimiento, el 93% manifiesta que estaría dispuesto en pertenecer a esta red.

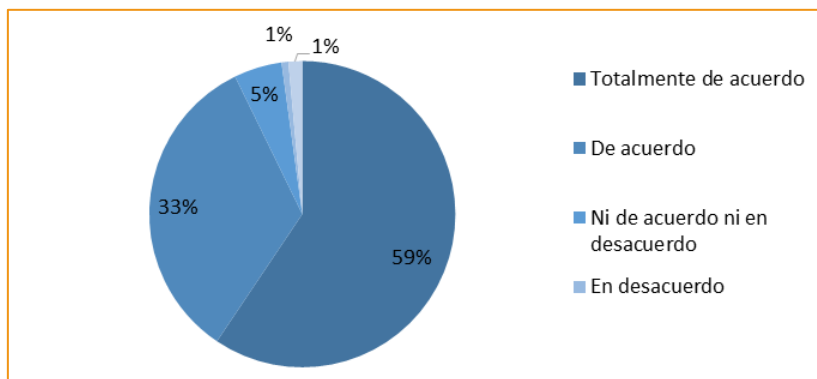


Figura No 8. Pertenecer a una red de conocimiento

Al indagar con qué fin le gustaría participar o compartir sus conocimientos con otros egresados, el 91% indica que lo haría con fines académicos, el 88% con relación a temas sociales y el 82% con fines comerciales.

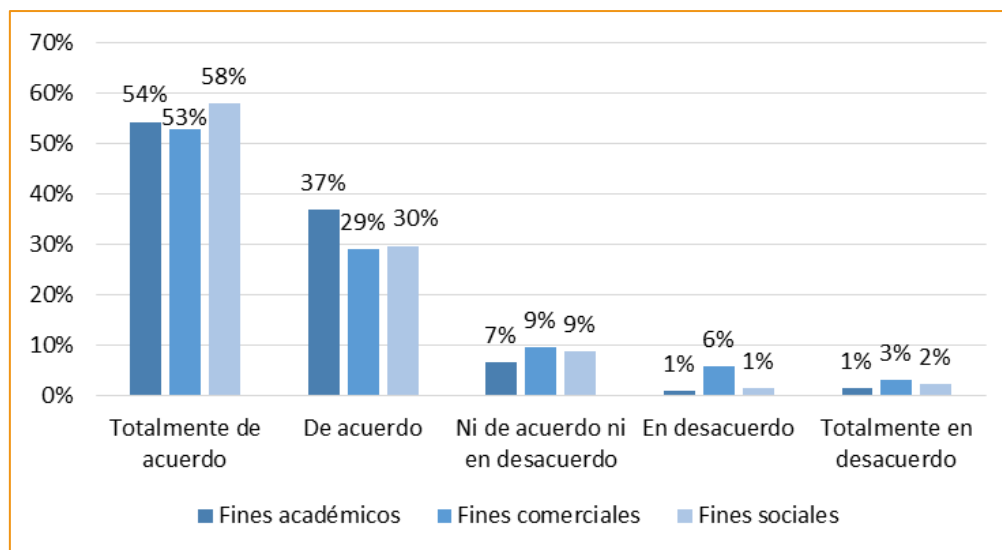


Figura No 9. Compartir conocimiento con fines académicos, comerciales y sociales

El segundo bloque de preguntas cuya finalidad es medir la percepción de los egresados en la inclusión de factores que debería tener la red de conocimiento, la media se situó 4,12 y la desviación estándar en 0.93. De esta manera, el 93% aceptaría que los casos de experiencia laboral fueran el principal factor para incluir, seguido del sector económico donde ha prestado los servicios profesionales con un 91%. Por otro lado, el factor menos importante que consideran los egresados para compartir es información es la relacionada con la parte comercial de la empresa en caso de ser empresario con un 66% de aceptación, así como, si llegaran a ser independientes compartir información sobre la actividad económica que realice con un 67% de aprobación.

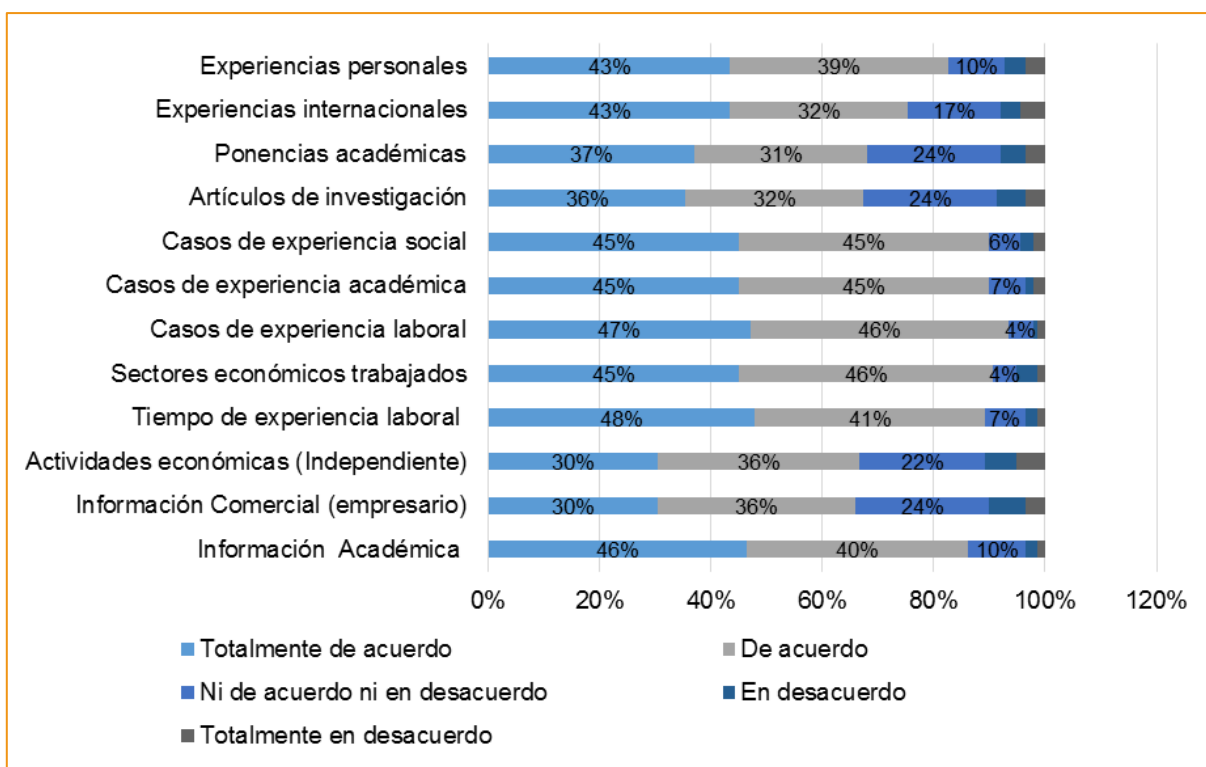


Figura No 10. Inclusión de factores

Por otra parte, existe una relación entre quienes les gustaría compartir información académica con el 90% de aceptación con el 91% de los egresados que manifestaron querer estar en una red con fines académicos.

El bloque de interrogaciones para conocer la percepción de cuál sería el canal o medio de comunicación de mayor favorabilidad para dar a conocer los contenidos de la red, los egresados califican como mejor alternativa con un 85% de pertinencia los encuentros con egresados que organice Uniempresarial, seguidamente con las publicaciones que se generen en la página web de la institución con un 78%. En cambio, el canal menos atractivo en redes sociales es WhatsApp con un 44% de aprobación.



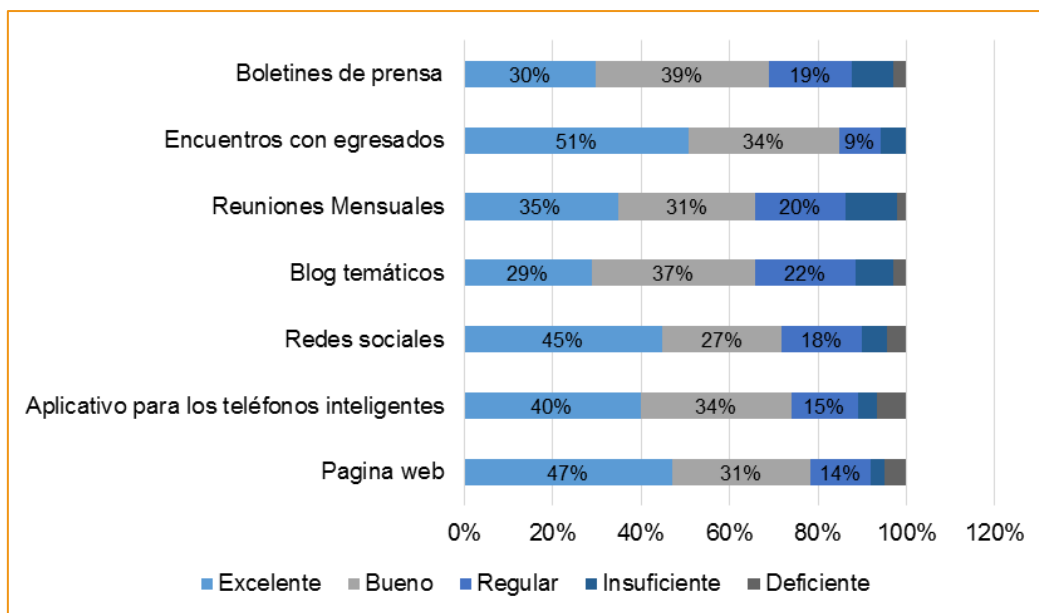


Figura No 11. Medio de comunicación

El cuarto bloque de preguntas cuyo fin era conocer que esperarían los egresados de la Red de conocimiento, el 94% tendría la expectativa para poder entablar relaciones comerciales con otros egresados, tener la posibilidad de actualización personal de diversos temas con un 93 y con entablar relaciones académicas con otros egresados con un 91% de aceptación. Ser tenido en cuenta como docente o la publicación de sus experiencias en otras redes que maneje la institución no sería tan relevante con un 78 y 82% de aceptación entre totalmente de acuerdo y de acuerdo.

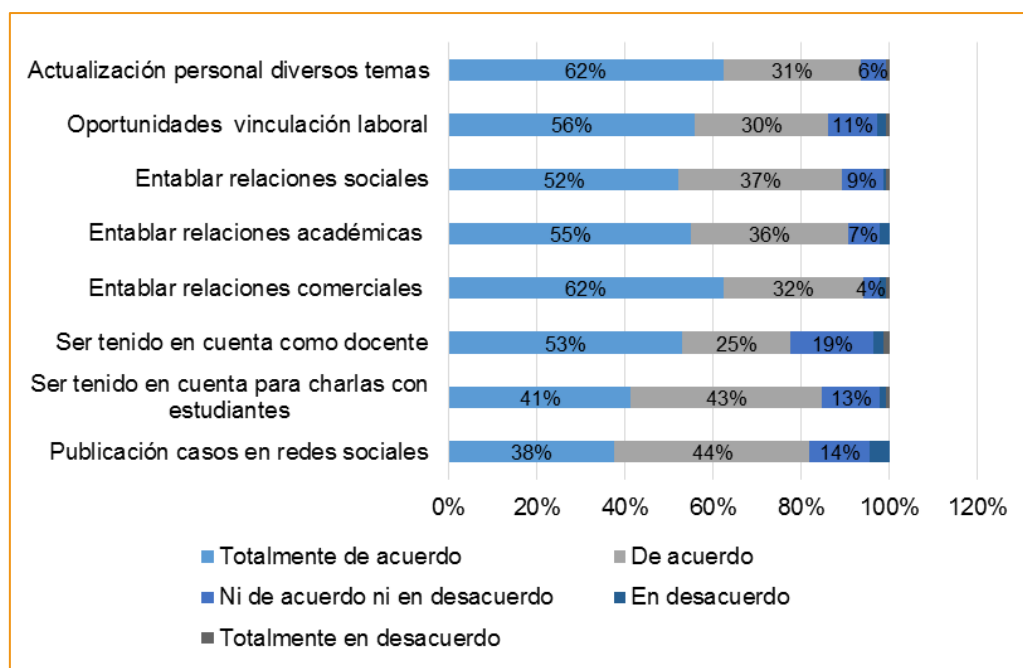


Figura No. 12. Utilidad de la red

### 3.4. Factorial

Se consideró para esta investigación aplicar análisis factorial de los datos. Para ello se validó mediante la prueba de KMO su viabilidad y cuyo resultado arroja una escala de 0,841, mayor al valor que se toma de referencia 0,75 indicando que si es viable aplicar este método.

Una vez validado el análisis factorial, se procede a la simplicación de distintos factores mediante la agrupación de las 34 variables originales en otras que generen nuevos componentes por la combinación de las iniciales u originales, de este análisis se encontró que 9 factores se generan representando el 73,62% acumulado de la varianza para explicar el propósito de esta investigación y de los cuales entraremos a

revisar los cuatro más relevantes al detalle cómo se apreciaran en las siguientes gráficas.

Tabla No. 8. Varianza con método de componentes principales

| Componente | Autovalores iniciales |               |             | Sumas de extracción de cargas al cuadrado |               |             | Sumas de rotación de cargas al cuadrado |               |             |
|------------|-----------------------|---------------|-------------|---|---------------|-------------|---|---------------|-------------|
|            | Total                 | % de varianza | % acumulado | Total                                     | % de varianza | % acumulado | Total                                   | % de varianza | % acumulado |
| 1          | 11,075                | 32,572        | 32,572      | 11,075                                    | 32,572        | 32,572      | 7,076                                   | 20,812        | 20,812      |
| 2          | 3,274                 | 9,628         | 42,200      | 3,274                                     | 9,628         | 42,200      | 3,441                                   | 10,122        | 30,934      |
| 3          | 2,795                 | 8,220         | 50,420      | 2,795                                     | 8,220         | 50,420      | 2,926                                   | 8,606         | 39,539      |
| 4          | 1,701                 | 5,004         | 55,425      | 1,701                                     | 5,004         | 55,425      | 2,583                                   | 7,598         | 47,138      |
| 5          | 1,450                 | 4,263         | 59,688      | 1,450                                     | 4,263         | 59,688      | 2,158                                   | 6,348         | 53,485      |
| 6          | 1,393                 | 4,098         | 63,786      | 1,393                                     | 4,098         | 63,786      | 2,094                                   | 6,158         | 59,643      |
| 7          | 1,236                 | 3,636         | 67,422      | 1,236                                     | 3,636         | 67,422      | 1,737                                   | 5,108         | 64,751      |
| 8          | 1,103                 | 3,244         | 70,666      | 1,103                                     | 3,244         | 70,666      | 1,704                                   | 5,013         | 69,764      |
| 9          | 1,005                 | 2,956         | 73,622      | 1,005                                     | 2,956         | 73,622      | 1,312                                   | 3,858         | 73,622      |
| 10         | ,926                  | 2,724         | 76,345      |   |               |             |   |               |             |
| 11         | ,814                  | 2,393         | 78,738      |   |               |             |   |               |             |
| 12         | ,752                  | 2,210         | 80,949      |   |               |             |   |               |             |
| 13         | ,637                  | 1,873         | 82,821      |   |               |             |   |               |             |
| 14         | ,620                  | 1,823         | 84,644      |   |               |             |   |               |             |
| 15         | ,588                  | 1,729         | 86,373      |   |               |             |   |               |             |
| 16         | ,537                  | 1,579         | 87,952      |   |               |             |   |               |             |
| 17         | ,513                  | 1,509         | 89,461      |   |               |             |   |               |             |
| 18         | ,450                  | 1,322         | 90,784      |   |               |             |   |               |             |
| 19         | ,445                  | 1,310         | 92,093      |   |               |             |   |               |             |
| 20         | ,358                  | 1,054         | 93,147      |   |               |             |   |               |             |
| 21         | ,316                  | ,930          | 94,077      |   |               |             |   |               |             |
| 22         | ,290                  | ,854          | 94,931      |   |               |             |   |               |             |

|    |      |      |         |  |  |  |  |  |  |
|----|------|------|---------|--|--|--|--|--|--|
| 23 | ,263 | ,774 | 95,705  |  |  |  |  |  |  |
| 24 | ,228 | ,669 | 96,374  |  |  |  |  |  |  |
| 25 | ,216 | ,634 | 97,009  |  |  |  |  |  |  |
| 26 | ,193 | ,567 | 97,576  |  |  |  |  |  |  |
| 27 | ,177 | ,521 | 98,097  |  |  |  |  |  |  |
| 28 | ,153 | ,450 | 98,548  |  |  |  |  |  |  |
| 29 | ,118 | ,348 | 98,896  |  |  |  |  |  |  |
| 30 | ,105 | ,308 | 99,204  |  |  |  |  |  |  |
| 31 | ,088 | ,258 | 99,462  |  |  |  |  |  |  |
| 32 | ,076 | ,223 | 99,685  |  |  |  |  |  |  |
| 33 | ,056 | ,166 | 99,850  |  |  |  |  |  |  |
| 34 | ,051 | ,150 | 100,000 |  |  |  |  |  |  |

Fuente: Elaboración propia

En la siguiente tabla se muestra el índice de componente rotado que agrupa las principales variables para determinar cada uno de los nueve componentes generados desde la varianza acumulada.

Tabla No 9. Matriz de componente rotado

| Variable  | Componente |      |   |      |   |   |      |   |       |
|---|------------|------|---|------|---|---|------|---|-------|
|   | 1          | 2    | 3 | 4    | 5 | 6 | 7    | 8 | 9     |
| Casos de experiencia laboral                        | ,827       | ,390 |   |      |   |   | ,105 |   |       |
| Sectores económicos donde ha prestado sus servicios | ,819       | ,212 |   |      |   |   | ,112 |   | ,261  |
| Casos de experiencia social                         | ,810       | ,271 |   | ,124 |   |   | ,226 |   | -,120 |

|   |      |       |      |       |       |       |       |      |       |
|---|------|-------|------|-------|-------|-------|-------|------|-------|
| Tiempo de experiencia laboral adquirido       | ,794 | ,224  | ,102 | -,140 |       |       |       |      | ,274  |
| Compartir conocimiento con fines académicos   | ,762 | ,189  | ,146 |       | ,301  | ,115  |       |      | -,197 |
| Compartir conocimiento con sociales           | ,755 |       | ,295 | ,110  | ,165  | ,299  | ,135  |      | -,218 |
| Información académica estudios universitarios | ,750 | ,252  |      | -,107 |       |       |       |      | ,229  |
| Pertenecer a una Red de Conocimiento          | ,746 | ,133  | ,150 |       | ,187  | ,211  | -,148 | ,110 | -,106 |
| Compartir conocimiento comerciales            | ,645 |       | ,296 |       | ,101  | ,472  |       | ,151 |       |
| Ponencias académicas                          | ,411 | ,731  |      |       | ,190  | ,256  | ,137  |      |       |
| Artículos de investigación                    | ,411 | ,701  |      |       | ,175  | ,268  | ,147  |      |       |
| Experiencias personales                       | ,500 | ,687  |      | ,128  |       |       |       |      |       |
| Experiencias internacionales                  | ,471 | ,675  | ,104 |       |       | ,223  | ,187  | ,107 |       |
| Casos de experiencia académica                | ,628 | ,647  |      |       |       | ,117  | ,155  |      |       |
| Nuevas oportunidades de vinculación laboral   |      |       | ,763 |       |       |       | ,105  |      |       |
| Entablar relaciones comerciales               | ,112 |       | ,749 |       | ,200  | ,327  |       |      |       |
| Entablar relaciones sociales                  | ,213 |       | ,743 | ,125  | ,242  |       | ,284  |      |       |
| Actualización personal de diversos temas      | ,119 | ,350  | ,591 |       |       | -,136 | -,206 | ,339 | -,102 |
| Entablar relaciones académicas                | ,249 | ,127  | ,575 |       | ,490  | -,145 | ,209  |      | ,116  |
| Facebook                                      |      |       |      | ,816  | -,190 | ,107  |       | ,122 |       |
| Redes sociales                                |      | ,119  |      | ,790  | -,118 |       |       | ,139 | ,132  |
| WhatsApp                                      |      | -,107 |      | ,751  | ,133  |       |       |      |       |
| Aplicativo teléfonos inteligentes             |      | ,106  |      | ,584  | ,124  | -,188 |       |      | ,433  |
| Ser tenido en cuenta charlas con estudiantes  | ,201 |       |      |       | ,736  | ,161  | ,195  | ,112 |       |
| Ser tenido en cuenta como docente             |      | ,119  | ,248 | -,178 | ,706  |       | ,130  |      | ,155  |

|  |      |       |      |      |       |       |       |      |      |
|--|------|-------|------|------|-------|-------|-------|------|------|
| Publicación de sus casos diferentes redes sociales             | ,161 | ,117  | ,158 | ,304 | ,572  |       | -,101 | ,330 |      |
| Si es empresario, información comercial sobre empresa          | ,391 | ,299  |      |      |       | ,771  |       |      |      |
| Si es independiente, información de sus actividades económicas | ,317 | ,388  |      |      |       | ,770  |       | ,115 |      |
| Reuniones Mensuales  | ,238 | ,126  | ,143 |      | ,197  | ,104  | ,771  | ,114 |      |
| Encuentros con egresados                                       |      | ,271  | ,261 |      |       |       | ,686  | ,217 |      |
| Blog temáticos   |      |       |      | ,109 |       | ,165  |       | ,795 |      |
| Boletines de prensa  | ,113 | -,160 | ,162 |      | ,124  |       | ,372  | ,704 | ,130 |
| Página WEB   |      | -,135 |      | ,207 |       | ,156  | -,161 |      | ,702 |
| Linkedin   |      | ,174  | ,247 | ,250 | -,173 | -,157 |       | ,383 | ,425 |

Fuente: Elaboración propia

El primer grupo de componentes nos permite ver cuáles son las variables que coinciden con el querer de los egresados para compartir sus experiencias personales y sus conocimientos adquiridos social, laboral, comercial y académicamente. Por lo que lo podríamos llamar como el componente 1 “Compartir experiencias”.

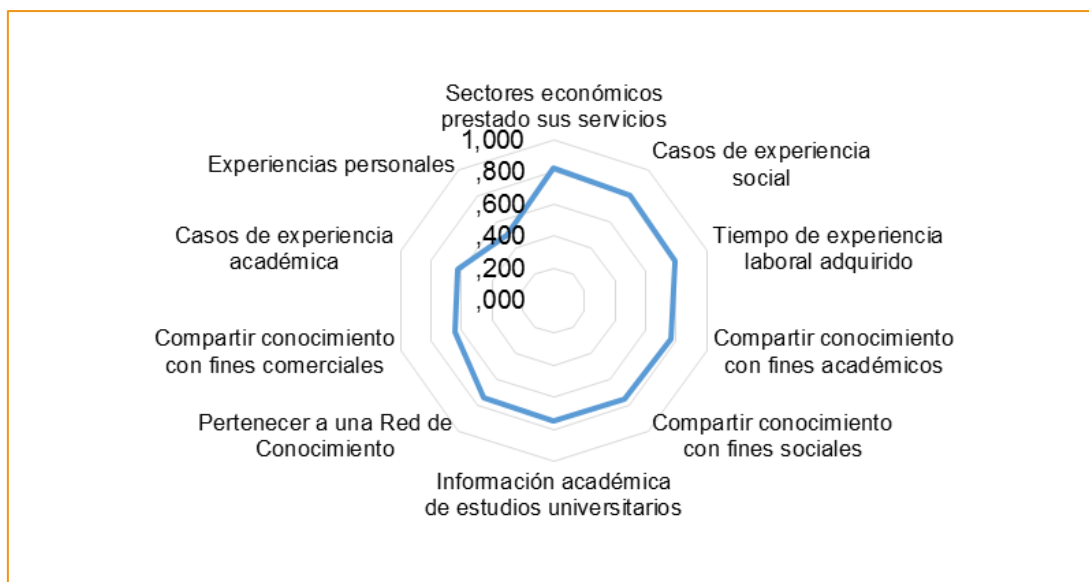


Figura No 13. Componente 1 – Compartir experiencias

El segundo componente grupo, agrupa las variables que tienen una fuerte incidencia académica.



Figura No 14. Componente 2 – Experiencias académicas

El tercer componente relaciona la oportunidad de relacionamiento.

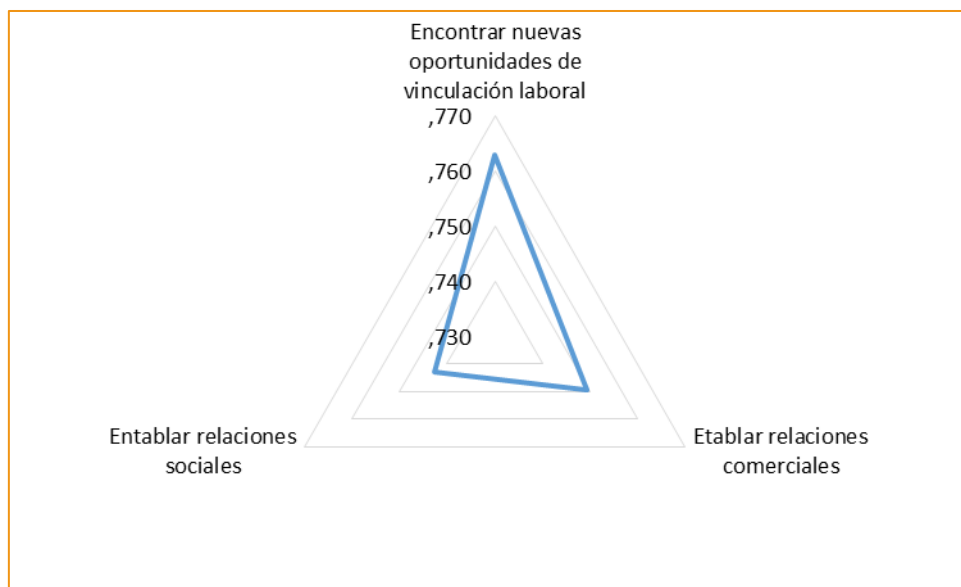


Figura No 15. Componente 3 – Oportunidad de relacionamiento

El cuarto componente agrupa los medios sociales de comunicación.

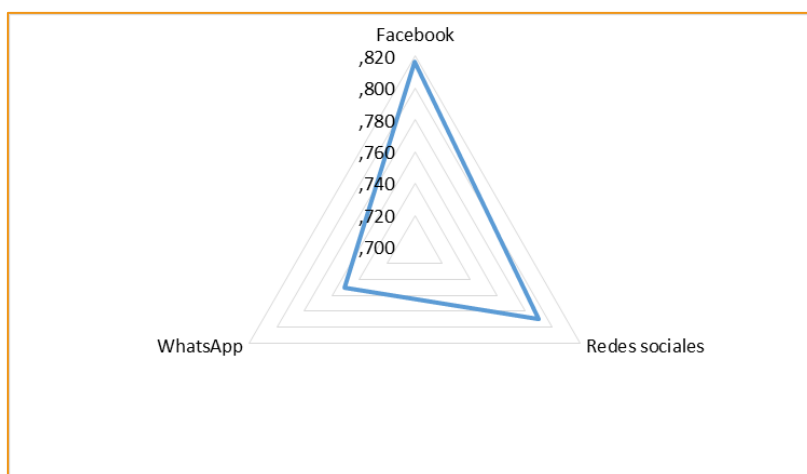


Figura No 16. Componente 4 – Medios de comunicación



Además, en el instrumento se generó un espacio de respuestas abiertas para aquellos que quisieran aportar o incluir opiniones adicionales relacionadas con la red de conocimiento. Entre los comentarios se destacan que los egresados comparten que esta red impulsaría un mayor conocimiento para sus miembros, permitiéndoles compartir y adquirir nuevos saberes desde las realidades con las que conviven, continuar con la formación dual al poder aplicar a la práctica los nuevos conocimientos de sus miembros, así como, generar oportunidades para que los empresarios nacientes puedan compartir su conocimiento en su proceso emprendedor, es decir volver el conocimiento tácito en explícito Nonaka y Takeuchi (1999).

### **3.5. Discusión**

La necesidad de contar con una red de conocimiento se sustenta en las necesidades que los individuos o instituciones quieran aportar y gestionar en nuevos conocimientos a la sociedad para el beneficio de todos los involucrados. Como ejemplo, vemos el modelo Accelera, Gairín y Rodríguez-Gómez (2012), concebido para compartir y generar conocimiento entre miembros de la comunidad educativa, demostró que el conocimiento pasa por fases de explícito y personal a un conocimiento explícito y colectivo para ser clasificado y difundido, es decir que se identifica, se captura, se comparte, se crea, se difunde y se utiliza el nuevo conocimiento. Es así que una red puede tener diferentes sistemas de gestión de conocimiento que le permitan ser oportunos para sus miembros para ello deberá tener un gestor o moderador quién sea en el que determine la interacción de los mismos. Para la Red

de conocimiento de egresados de Uniempresarial, el gestor deberá velar porque se cumpla y se canalicen los esfuerzos a los cuales los egresados han manifestado su interés.

Por otra parte, y como lo mencionábamos anteriormente las redes de conocimiento deben ser autónomas y flexibles y como lo expone Romero (2009), pretenden buscar un equilibrio entre los criterios de calidad académica y los de rentabilidad económica, impulsar actividades de cooperación, impulsar la investigación científica y la capacitación, por tanto, ir aumentando el contenido de trabajo en la red.

Casos como las redes de conocimiento creadas por diferentes instituciones bien sea educativas KM-Educa López (2011) o interinstitucionales como las impulsadas por ANUIES Hernández (2001), INNRED Faloh (2007), RTC (Red de transmisión del conocimiento) motivada por la CEPAL (2012), Red uniRcoop Américas (Romero, 2009), demuestran que la conformación y desarrollo de redes se constituye de un trabajo de voluntades con un propósito común. Los criterios y variables que las constituyen obedecen a generar interacciones con personas relacionadas o complementarias en un tema específico.

Es así que los egresados indican en un 93% querer pertenecer a una red de conocimiento y en la misma medida compartir sus casos de experiencia laboral, confirmando la necesidad de tener una red donde puedan compartir sus conocimientos con otros.

### 3.6. Modelo propuesto

Los factores claves para el diseño de una Red de conocimiento de egresados en un modelo de formación dual, como el que maneja Uniempresarial, debe contemplar una arquitectura funcional en los temas y manera en que se gestionará el conocimiento, para ello deberá tomar como partida los resultados de la encuesta. Trabajar en primer lugar en motivar a los egresados en participar de la red, que, de acuerdo con resultados, el 93% si lo haría y, con ello compartir en primera instancia sus casos de experiencia personal y académica siendo pilares de como el conocimiento adquirido por ellos (tácito) se comparte de manera explícita con otros. De tal manera que estos saberes sean expuestos en los encuentros con otros egresados de forma presencial, pero que previamente han surtido de una transformación para que puedan ser explicados y expuestos con un propósito y una metodología.

La Red debe contemplar un espacio común que alimente las necesidades y deseos de sus asociados y como Gairín y Rodriguez-Gomez (2012) mencionan que el desarrollo de una Red debe iniciarse por fases. Es por ello que a través de la Oficina de Relacionamiento con egresados se deberá incluir como uno de sus pilares la conformación y puesta en marcha de la Red realizando cada etapa o fase propuesta:

- Fase 1: Motivación
- Fase 2: Diseño y planeación
- Fase 3: Ejecución y desarrollo
- Fase 4: Evaluación y mejoras

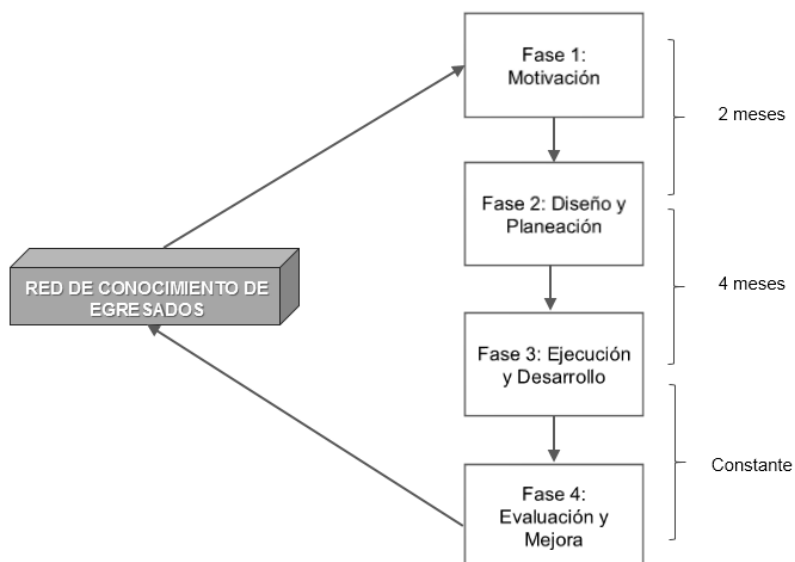


Figura No 17. Fases para el diseño de una red de conocimiento

La fase 1, deberá comprender la concepción de la idea, su socialización e interiorización y el apoyo institucional para iniciar con el diseño y planeación con las acciones necesarias para la conformación de la Red. Deberá contar con el apoyo de todas las áreas y niveles de la institución y tener el apoyo de cada uno de sus integrantes. Además, se toma como premisa que la oficina responsable del seguimiento a egresados deberá ser quien tome esta iniciativa como propia y abrir un espacio en sus labores diarias y habrá de detallar a profundidad que contenidos académicos, sociales y comerciales deben abarcarse inicialmente para su diseño y de acuerdo con Gairín y Rodríguez-Gómez (2012) esa área deberá ser gestora o administradora de conocimiento.

En la fase 2, se diseñará y planeará los elementos iniciales de información. Estructurará el inventario de información con la información que se tenga de los egresados, partiendo de:

- Datos sociodemográficos
- Casos de experiencia personal
- Estudios académicos
- Experiencia profesional
- Experiencias en congresos, seminarios, ponencias
- Conclusiones de encuentros con egresados en cafés o eventos anuales

En esta fase, es necesario contar con un documento que de fe de la razón y objetivo tanto de la Red como de la información suministrada por los egresados que será utilizada por los ellos mismos y por la institución. Este documento indicará las fuentes de información tanto de entradas y salidas del conocimiento inicial y del nuevo conocimiento. Es importante garantizar que la información que suministre el egresado no vaya a ser eliminada o manipulada sino estructurada; una vez organizada.

En esta parte se deberá decidir el medio o canal de apoyo a la comunicación e interacción más conveniente para el propósito planteado, que, de acuerdo con los resultados, los encuentros con egresados (85% de aceptación) es medio más adecuado para transmitir información y podría soportarse mediante la gestión de la página web (78% de aprobación). Sin embargo, no necesariamente la red de conocimiento, debe limitarse a una plataforma tecnológica, dado su origen y propósito; deberá ser un sistema abierto y permitirse generar interacción en los diferentes espacios que se compartan con los egresados.

La fase 3, consistirá en el desarrollo y ejecución, es decir, ya con la estructura de información y canal de interacción definidos, se pondrá en marcha su funcionamiento bajo la tutoría del gestor de conocimiento encargado de la administración de la información y su manejo. Deberá preverse que la interacción y movimiento oportuno del conocimiento sea acorde a las demandadas por los egresados. Del correcto manejo y pertinencia que se dé a la Red, se esperaría que genere contenidos y conocimientos nuevos para los beneficios sociales, académicos y comerciales de sus miembros. Es en esta etapa donde deberá procurarse que estos saberes no se pierdan o queden en el aire, sino que se creen documentos o mecanismos que permitan su rastreo y medición.

La última fase, será que la marque el camino de mejora para la optimización de la red. Deberá indicar por parte de los egresados y de la gestión institucional donde tendrán que hacerse los ajustes necesarios para su desarrollo continuo en el tiempo.

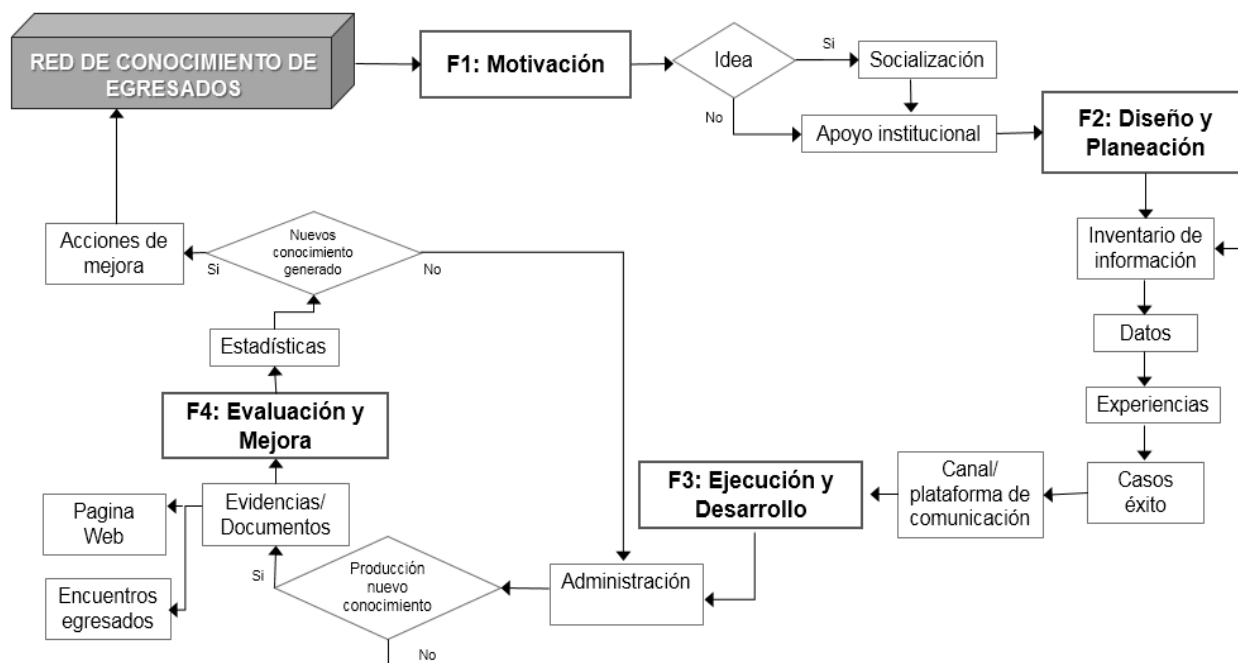


Figura No 18. Diseño de red de Conocimiento de egresados Uniempresarial

## CONCLUSIONES

El objetivo de esta investigación es determinar los factores claves para el diseño de una red de conocimiento para egresados en un modelo dual de formación, apoyándose en la caracterización de la información y canales con los que cuenta la institución con relación a sus egresados e identificando los factores que condicionan la construcción de la red. Para ello y después de revisar la teoría sobre el conocimiento, gestión del conocimiento, redes de conocimiento y sobre seguimiento a los egresados y, dentro del análisis desarrollado se puede concluir que:

Los datos encontrados en el inventario de información de los egresados de Uniempresarial nos indican que la información de los egresados es específica, subutilizada y no contempla interacciones para generar nuevos conocimientos y, está encaminada en gran medida, al seguimiento y monitoreo básico para conocer cuál es el estado laboral y la percepción de la formación recibida de sus egresados.

Los resultados evidencian la aceptación y disposición de pertenecer a una red con un 93%. Donde la red les aporte nuevos conocimientos y como mencionaba Nonaka y Takeuchi (1999), contar con un modelo de generación de conocimiento como paso real de creación de conocimiento sea tácito o explícito es demandado por este grupo de interés.

De igual manera, los egresados consideran en un 85% de aprobación que el canal de comunicación más asertivo para la interacción con ellos, deben ser los encuentros con egresados, seguidamente de la gestión y publicación que se realice en la página web de la institución con un 78% de aprobación y que el uso de las redes sociales son



un factor determinante al momento de comunicar lo que se realice en favor de la construcción de conocimiento.

En la misma vía, los análisis realizados al instrumento, expresan que los factores claves que los egresados de Uniempresarial desean sean manejados dentro de esta Red de conocimiento, son aquellos casos relacionados con las experiencias laborales, académicas y sociales con promedio de aceptación del 92% y la experiencia en el sector donde ha prestado sus servicios laborales con un 91% y entablar relaciones comerciales con otros egresados con un 94% de aprobación.

Adicionalmente, los egresados opinan que, al momento de compartir sus experiencias académicas, serían las ponencias académicas y los artículos de investigación los que tendrían una fuerte incidencia al momento de comunicarles a otros.

Teniendo en cuenta el modelo propuesto para el diseño de una red de egresados esta debe hacerse por fases dentro de la institución bajo una adecuada gestión de la información. La gestión del conocimiento en la red, debe contribuir a la interacción continua de los distintos egresados de Uniempresarial con ellos mismos y la institución donde se propicie una cooperación mutua que fortalezca no solo la imagen de la institución, sino que fidelice aún más a sus egresados.

Por otra parte, es importante mencionar la oportunidad para Uniempresarial en generar, construir y mediar en la construcción de nuevos conocimientos por parte de sus egresados, desde las vivencias y experiencias sociales, académicas y comerciales que han adquirido desde que fueran estudiantes hasta el grado de egresado, ya que

irían de la mano con el modelo educativo que ofrece y enseña cómo es la formación dual (teórico-práctica). La práctica in-situ durante el proceso estudiantil y la adquisición de nuevos saberes que se han ido alimentado al ser egresados, permitirá que esos conocimientos tácitos adquiridos sean transmitidos y compartidos para que puedan ser llevados a la práctica de manera articulada con la filosofía de la institución en dar soluciones al medio empresarial. Así mismo, impulsar acciones de tipo investigativo a partir de la red de conocimiento que ayuden no solo al egresado en su formación científica sino como un complemento institucional para reforzar la sabiduría emprendida en este campo.

El conocimiento que se pueda generar de la red será de gran importancia en el mundo académico y empresarial, teniendo en cuenta que, durante la investigación realizada para determinar la pertinencia de una red de conocimiento de egresados, se pudo detectar la poca información actualizada sobre temas específicos y relacionados con la gestión y redes de conocimiento como lo menciona (Pérez-Montero, 2016).

## REFERENCIAS

- Aldana, G., Morales, F., Aldana, J., Sabogal, J., & Álvaro, O. (2008). Seguimiento a egresados. Su importancia para las instituciones de educación superior. *TEORÍA Y PRAXIS INVESTIGATIVA*, III(2), 61-65.
- Aldana, G., Morales, F., Aldana, J., Sabogal, J., & Ospina, A. (2008). Seguimiento a egresados. Su importancia para las instituciones de educación superior. *TEORÍA Y PRAXIS INVESTIGATIVA*, III(2), 61-65.
- Álvarez, C. (2012). ¿Qué sabemos de la relación entre la teoría y la práctica en la educación? *Educatio Siglo XXI*. 383-402.
- Anderson, P., Qiunn, J., & Finkelstein, S. (1996). *Gestión del conocimiento. La gestión del intelecto profesional: sacar el máximo de los mejores*. Deusto.
- ANUIES. (1998). *Esquema básico para estudios de egresados. Colección Biblioteca de la Educación Superior*. México: Serie Investigaciones.
- Aportela, I., & Ponjuán, G. (2008). La Segunda Generación de la Gestión del Conocimiento: un nuevo enfoque de la gestión del conocimiento. *Ciencias de la información*, 19-30.
- Arambarri, J. (2012). Metodología de Evaluación y Gestión del Conocimiento dinámico por procesos utilizando como soporte TIC el Entorno Colaborativo de Trabajo basado en el modelo de creación de Conocimiento de Nonaka-Takeuchi (Tesis Doctoral). *Caso de estudio en el área de Gestión de proyectos de I+D+i en institución avanzada en Conocimiento*. Cordoba: Universidad de Cordoba.
- Argyris, C., & Schön, D. (1978). *Organizational learning: A Theory of action perspective*. Addison-Wesley.
- Arnaz, J. (1981). Guía para la elaboración de un perfil del egresado. *Revista de Educación Superior*, 1-7.
- Asociación Columbus; Red Gradua2 (2006). *Manual de instrumentos y recomendaciones sobre el seguimiento de egresados*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Programa editorial del tecnológico de monterrey con la colaboración de grupo noriega editores.
- Barragán, A. (2009). Aproximación a una taxonomía de modelos de gestión de conocimiento. *Intangible Capital*, 65-101.
- Bartholomew, D., Building on Knowledge: Developing Expertise, Creativity and Intellectual Capital in the Construction Professions, Blackwell Publishing Ltd., 2008

- Berufsakademie. (2009). Formación Dual Universitaria. *Documento Síntesis. Fundamentos, Principios y Funcionamiento*.
- Bueno, E; Morcillo, P; Rodríguez, J; Luque, M; Cervera, M; Camacho, C; Merino, B; Murcia, C; Rodríguez, O; Villanueva, J; Villar, L. (2003). Gestión del Conocimiento en Universidades y Organismos Públicos de Investigación. Universidad Autónoma de Madrid.
- Cárdenas Tapia, M., Klingler Kaufman, C., & Rivas Tovar, L. (3,4 y 5 de Octubre de 2012). Análisis estructural de una red de conocimiento a través de la teoría de grafos. México.
- Carot, J. M., Conchado, A., Mora, J. G., & Vila, L. (2011). La opinión de los graduados europeos sobre la universidad cinco años después de haber finalizado sus estudios. *Papers*, 1245-1261.
- Castro, Sulay. (2014). Estudio de egresados de medicina de la Universidad Cooperativa de Colombia, sede Santa Marta. *Artículos de investigación científica y tecnológica*. 35-42
- Centro Interuniversitario de Desarrollo - CINDA. (2014). *Competencias de Egresados Universitarios*. Santiago: Colección Gestión Universitaria.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2012). *INFORME DE LA RED DE TRANSMISIÓN DEL CONOCIMIENTO*. Quito: CEPAL.
- Consejo Nacional de Acreditación. (2013). *Lineamientos para la acreditación de programas de pregrado*. Bogotá.
- Díaz, C. (2012). Tendencias y requerimientos del mercado de trabajo en la economía del conocimiento. Estudio sobre los egresados del Cucea. *revista de la educación superior*, 9-30.
- Duale Hochschule Latinoamérica (DHILA) . (2016). Éxito Combinado. DHILA.
- Enciso, M. (2013). El origen social de los graduados y la equidad en el acceso a la universidad. *Revista de la Educación Superior*. 11-29.
- EDVARDSSON, E; GAIO, M. (2010). Higher Education and Employability of Graduates: will Bologna make a difference?. *European Educational Research Journal*, 32-44.
- Faloh, R., y Guzman, A. (2007). Redes de conocimiento: Caso Innred. 1-17. Buenos Aires.
- Gairín, J. (2015). Promover y gestionar el conocimiento colectivo para mejorar la cultura y práctica de la seguridad en educación. *Cuadernos de estrategia*, 59-84.

- Gairín, J., & Rodríguez, D. (2012). El modelo Accelera de creación y gestión del conocimiento en el ámbito educativo. *Revista de Educación*, 633-646.
- Gairín, J., & Rodríguez, D. (2012). El modelo Accelera de creación y gestión del conocimiento en el ámbito educativo. *Revista de Educación*, 633-646.
- Gairín, J., & Rodríguez-Gomez, D. (2012). El modelo Accelera de creación y gestión del conocimiento en el ámbito educativo. *Revista de Educación*, 633-646.
- García Álvarez, M. (2013). El rol de las tecnologías de la información y comunicación en la gestión del conocimiento: un desafío estratégico en el nuevo contexto empresarial. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 19(2), 322-333.
- Gutiérrez González, L., & Flores Urbáez, M. (2011). Un concepto sobre las redes de conocimiento entre organizaciones entre organizaciones. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 473-485.
- Hagel, John, Seely Brown, John y Lang Davison. (2010). *The Power of Pull: How Small Moves, Smartly Made, Can Set Big Things in Motion*. New York: Basic Books.
- Hernandez, C., Tavera, M., & Jiménez, M. (2012). Seguimiento de Egresados en Tres Programas de Maestría en una Escuela del Instituto Politécnico Nacional en México. *Formación Universitaria*, 41-52.
- Hernández, C., Tavera, M., & Jiménez, M. (2012). Seguimiento de Egresados en Tres Programas de Maestría en una Escuela del Instituto Politécnico Nacional en México. *Formación Universitaria*, 41-52.
- Hernandez, P. (2012). Redes de colaboración de la anuies. Un acercamiento a las regionales. *Revista de la Educación Superior*, 75-89.
- Hernández, R., Orjuela, C., Cabrera, J. y Cabrera, L. (2015). Sistematización trabajos de grado: propuesta investigativa para la reconstrucción de rutas de conocimiento. *Actualidades Investigativas en Educación*, 1-20.
- Herrera Caballero, J., & Silva, B. (2011). Estudio de las redes y la administración del conocimiento. *Administración y Organizaciones*, 45-63.
- Kakabadse, N., Kakadse, A., & Kouzmin, A. (2003). Reviewing the knowledge management literature: Towards a taxonomy. *Journal of Knowledge management models*, 75-91.
- Llisterri, J., Gligo, N., Homs, O., & Ruíz-Devesa, D. (2014). *Educación técnica y formación profesional en América Latina. El reto de la productividad*. Caracas: CAF.
- Lopera, H. (4-7 de Julio de 2000). Integración de redes de conocimiento: una responsabilidad de la biblioteca universitaria. *Ponencia presentada en el Sexto Congreso Nacional de Bibliotecología y Documentación, ASCOLBI*. Bogotá.

- López, P. (2011). *Aprendizaje Colaborativo para la Gestión de Conocimiento en Redes Educativas en la Web 2.0 (Tesis doctoral)*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Lopez, S. (2014). Las universidades en la economía del conocimiento. *Revista de la Educación Superior*, 153-160.
- Luna, M., & Velasco, J. (2006). *REDES DE CONOCIMIENTO: CONSTRUCCIÓN, DINÁMICA Y GESTIÓN*. Buenos Aires: Red Iberoamericana de Indicadores de Ciencia y Tecnología (RICYT).
- Manríquez, A. (2016). *El Trabajo colaborativo: excelente estrategia en la docencia (Tesis de Doctoral)*. Santiago de Querétaro, México: Universidad Autónoma de Querétaro.
- Martínez, A., Bernal, A., Hernández, B., Gil, A., & Martínez, A. (2005). LOS EGRESADOS DEL POSGRADO DE LA UNAM. *Revista de la Educación Superior*, 23-32.
- Mcadam, R., & McCreedy, S. (1999). A critical review of knowledge management models. *The Learning Organization*, 91-100.
- McIntosh, Paul. (2010). *Action Research and Reflective Practice: Creative and Visual Methods to Facilitate Reflection and Learning*. New York: Routledge.
- Nieves, Y; León, Magda. (2001). La Gestión del conocimiento: una perspectiva en la gerencia de las organizaciones. *ACIMED*. 121-126.
- Nonaka, I. (2007). La empresa creadora de conocimiento. *Harvard Business Review América Latina*, 1-9.
- Nonaka, I., & Takeuchi. (1999). *La organización creadora de conocimiento. Cómo las compañías japonesas crean la dinámica de la innovación*. México.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1999). *La organización creadora de conocimiento*. México: Oxford University Press.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1999). *La organización creadora de conocimiento*. México: Oxford University Press.
- OCDE. (2000). *Knowledge Management in the Learning Society*. Paris: OECD Publications Service.
- Perez, M. (2016). Gestión del Conocimiento: Orígenes y Evolución. *El profesional de la Información*, 25(4), 526-534.
- Perez-Montero, M. (2016). Gestión del conocimiento: orígenes y evolución. *El profesional de la información*, 526-534.

- Polanco, X. (2006). Análisis de redes: una introducción. En M. Albornoz, & C. Alfaraz (Edits.), *Redes de Conocimiento: construcción, dinámica y gestión*. Buenos Aires: Red Iberoamericana de Indicadores de Ciencia y Tecnología (RICYT).
- Rodriguez, D. (2006). Modelos para la creación y gestión del conocimiento: Una aproximación teórica. *Educación*, 25-39.
- Rodriguez, M. (2016). La gestión del conocimiento en los centros de investigación. *Entremados-Educación y Sociedad*, 123-132.
- Rojas, L. (2014).
- Rojas, L. (2014). La Formación Dual de Uniempresarial en la Percepción de los egresados y empresarios.
- Rojas, L. (2014). La Formación dual de Uniempresarial en la percepción de egresados y empresarios (Tesis Doctoral). Puebla: Universidad UPAEP.
- Romero, R. M. (2009). Gestión del Conocimiento en la Red uniRcoop Américas (Tesis Doctoral). Santiago de Querétaro, México: Universidad Autónoma de Querétaro.
- Sánchez, Rocío, L. d., Gutiérrez, E., Valdez, M., Sánchez, I., & Reyna, J. (2010). Sistema de Información para el Seguimiento de Egresados de las Maestrías del Instituto Tecnológico de Aguascalientes "EGRESATEC". *Conciencia Tecnológica*(40), 20-24.
- Schlesinger, W., Cervera, A., & Calderón, H. (2014). *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*, 126/139.
- Sosa Pulido, R., De la Peña Gochi, C., Verduzco Melchor, L. Y., & Salazar Guzmán, C. (12-14 de marzo de 2015). Diseño de un sistema de seguimiento de egresados de la Universidad Pedagógica Nacional Unidad 161 de Morelia, Michoacán. . México D.F.
- Tejedor, B., & Aguirre, A. (1998). Proyecto Logos: Investigación relativa a la capacidad de aprender de las empresas españolas. *Boletín de estudios económicos*.
- Tirado, R., Tejeda, R., & Cedeño, G. (2015). Implementación institucional de un modelo cooperativo para el seguimiento a graduados en Ecuador. *Revista de la Educación Superior*, 125-156.
- Troncoso, L., Orozco, D., Duarte, J., López, A., Taborda, C., & Flórez, J. (2013). Estado actual de las prácticas con egresados de las unidades académicas de la Universidad de Antioquia, Colombia. *Revista de la Educación Superior*, 105-127.

UNESCO. (2005). *Hacias las sociedades del conocimiento*. París: Ediciones UNESCO.

Uniempresarial. (2012). *Proyecto Educativo institucional - PEI*. Bogotá.

Valencia Gutiérrez, M. d., Alonzo Rivera, D. L., & Moguel Marín, S. F. (2015). Estudio de egresados, un indicador de pertinencia y calidad. Estudio de caso. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 6(11), 129-145.



## ANEXOS

### Instrumento de Percepción de factores que debería contemplar una red de conocimiento de egresados

| INSTRUMENTO DE PERCEPCIÓN DE FACTORES QUE DEBERÍA CONTEMPLAR UNA RED DE CONOCIMIENTO DE EGRESADOS   |  |                              |               |                                      |                  |                                |
|---|--|------------------------------|---------------|--------------------------------------|------------------|--------------------------------|
| La siguiente encuesta tiene como objetivo conocer la percepción de los egresados sobre cuáles deberían ser los factores que debería contemplar una Red de Conocimiento de Egresados |  |                              |               |                                      |                  |                                |
| <b>A. TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO</b>  |  |                              |               |                                      |                  |                                |
| A1  | Le gustaría pertenecer a una Red de Conocimiento de Egresados de Unipresaria?  | Si                           | No            | Si contesto No, explique el motivo   |                  |                                |
| A2  | Le gustaría compartir su conocimiento con otros egresados para fines   |                              |               |                                      |                  |                                |
| A3  | Le gustaría compartir su conocimiento con otros egresados para fines   |                              |               |                                      |                  |                                |
| A4  | Le gustaría compartir su conocimiento con otros egresados para fines   |                              |               |                                      |                  |                                |
| <b>B. INCLUSION DE FACTORES</b>   |  |                              |               |                                      |                  |                                |
|   | De los siguientes factores, califique en que escala de aceptación estaría dispuesto a compartir la siguiente información   | Totalment<br>e de<br>acuerdo | De<br>acuerdo | Ni de acuerdo<br>ni en<br>desacuerdo | En<br>desacuerdo | Totalmente<br>en<br>desacuerdo |
| B1  | Información académica realizada despues de sus estudios universitarios   |                              |               |                                      |                  |                                |
| B2  | Si es empresario, información comercial sobre su organización o empresa  |                              |               |                                      |                  |                                |
| B3  | Si es independiente, información de sus actividades económicas   |                              |               |                                      |                  |                                |
| B4  | Tiempo de experiencia laboral adquirido  |                              |               |                                      |                  |                                |
| B5  | Sectores economicos donde ha prestado sus servicios  |                              |               |                                      |                  |                                |
| B6  | Casos de experiencia laboral   |                              |               |                                      |                  |                                |
| B7  | Casos de experiencia académica   |                              |               |                                      |                  |                                |
| B8  | Artículos de investigación   |                              |               |                                      |                  |                                |
| B9  | Ponencias académicas   |                              |               |                                      |                  |                                |
| B10   | Casos de experiencia social  |                              |               |                                      |                  |                                |
| B11   | Experiencias internacionales   |                              |               |                                      |                  |                                |
| B12   | Experiencias personales  |                              |               |                                      |                  |                                |
| B13   | Otros, mencione<br>cuales  |                              |               |                                      |                  |                                |
| <b>C. MEDIO DE COMUNICACIÓN</b>   |  |                              |               |                                      |                  |                                |
|   | De las siguientes alternativas, califique el medio de comunicación que considera sería el de mayor favorabilidad para comunicar los contenidos de la Red de Conocimiento | Totalment<br>e de<br>acuerdo | De<br>acuerdo | Ni de acuerdo<br>ni en<br>desacuerdo | En<br>desacuerdo | Totalmente<br>en<br>desacuerdo |
| C1  | Pagina WEB   |                              |               |                                      |                  |                                |
| C2  | Aplicativo para los teléfonos inteligentes   |                              |               |                                      |                  |                                |
|   | Redes sociales   |                              |               |                                      |                  |                                |
|   | LinkedIn, facebbok,<br>instagram, buscar<br>otras whatsapp etc   |                              |               |                                      |                  |                                |
| C2  | Blog tematicos   |                              |               |                                      |                  |                                |
| C3  | Reuniones Mensuales  |                              |               |                                      |                  |                                |
| C4  | Encuentros con egresados   |                              |               |                                      |                  |                                |
| C5  | Boletines de prensa  |                              |               |                                      |                  |                                |
| <b>D. UTILIDAD DE LA RED</b>  |  |                              |               |                                      |                  |                                |
|   | De las siguientes alternativas, califique que esperaria de la Red de conocimiento de Egresados.  |                              |               |                                      |                  |                                |
| D1  | Publicación de sus casos en las diferentes redes sociales de la Institución  |                              |               |                                      |                  |                                |
| D2  | Ser tenido en cuenta para charlas con estudiantes  |                              |               |                                      |                  |                                |
| D3  | Ser tenido en cuenta como docente  |                              |               |                                      |                  |                                |
| D4  | Poder entablar relaciones comerciales con otros egresados  |                              |               |                                      |                  |                                |
| D5  | Poder entablar relaciones académicas con otros egresados   |                              |               |                                      |                  |                                |
| D6  | Poder entablar relaciones sociales con otros egresados   |                              |               |                                      |                  |                                |
| D7  | Encontrar nuevas oportunidades de vinculación laboral  |                              |               |                                      |                  |                                |
| D8  | Actualización personal de diversos temas   |                              |               |                                      |                  |                                |
| <b>INFORMACIÓN BÁSICA</b>   |  |                              |               |                                      |                  |                                |
| No Identificación:  |  | Estado civil:                |               |                                      |                  |                                |
| Edad:   |  | Programa profesional:        |               |                                      |                  |                                |
| Email:  |  | Año de grado:                |               |                                      |                  |                                |
| No. Celular:  |  | Género:                      |               |                                      |                  |                                |

Bogotá D.C. 22 de mayo de 2017

Señores

Jurados

Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá,  
Uniempresarial

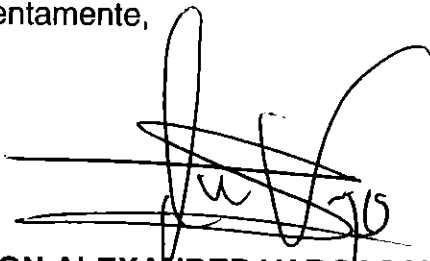
Ciudad

Referencia: Presentación de trabajo de grado y artículo

Cordial saludo,

Es para mí un honor, con la satisfacción de haber realizado un trabajo serio y responsable, someter a su revisión mi trabajo de grado y artículo realizado sobre "Los factores Claves para el diseño de una red de conocimiento de egresados de una institución de formación dual", para optar por el título de Magister en Administración de Negocios.


Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Leon Alexander Vargas Varon', with a large, stylized flourish extending upwards and to the right.

**LEON ALEXANDER VARGAS VARON**

CC. 79.912.254

Estudiante MBA

|   |   |            |
|---|---|------------|
| <br><b>Unlempresarial</b><br><small>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL<br/>DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ</small> | <b>OPCION DE GRADO</b><br><br><b>FORMATO DE APROBACIÓN POR PARTE DEL ASESOR<br/>/ TUTOR</b> | <b>DAE</b> |
|---|---|------------|

Señores  
Vicerrectoría  
**UNIEMPRESARIAL**

Por medio de la presente, en mi condición de tutor temático metodológico manifesté mi conocimiento y aprobación la siguiente opción de grado:

|           |   |
|-----------|---|
| Título:   | Los factores claves para el diseño de una red de conocimiento de egresados en un modelo dual de formación |
| Concepto: |   |

Realizado bajo la opción de grado:

|                  |           |                    |           |                 |
|------------------|-----------|--------------------|-----------|-----------------|
| Trabajo de grado | Semillero | Misión Empresarial | Diplomado | Plan de Negocio |
| <b>X</b>         |           |                    |           |                 |

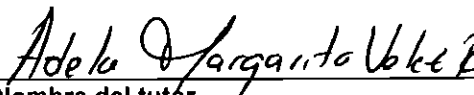
Elaborado por el (los) estudiante (s):

|                             |          |           |                       |
|-----------------------------|----------|-----------|-----------------------|
| Nombre                      | Programa | Promoción | Código del estudiante |
| LEON ALEXANDER VARGAS VARON | MBA      | 1         | 100002022             |

Donde se garantiza su pertinencia, contenido y calidad; también se confirma que cumple con el **Régimen de Propiedad Intelectual** y que este no atenta contra los derechos de autor de terceros, de acuerdo al análisis anti plagio que he efectuado.

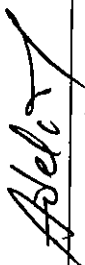
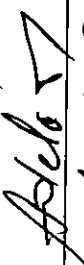
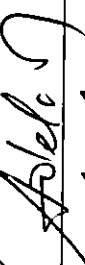

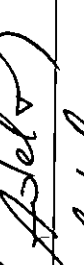


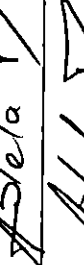



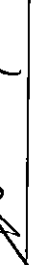
Agradezco su atención.





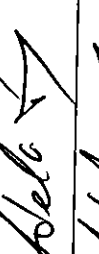







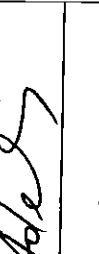
Cordialmente,

  
Nombre del tutor

  
Firma

Número de identificación 52934991

| FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS |                |                             |   |               |   |
|---|----------------|-----------------------------|---|---------------|---|
| ASISTENCIA TUTORÍAS TRABAJOS DE GRADO             |                |                             |   |               |   |
| 2017 - I  |                |                             |   |               |   |
| NOMBRES Y APELLIDOS ESTUDIANTES                   |                | LEON ALEXANDER VARGAS VARON |   |               | PROGRAMA  |
| 1.  |                | MBA                         |   |               |   |
| 2.  |                |                             |   |               |   |
| 3.  |                |                             |   |               |   |
| FECHA   | HORA DE INICIO | HORA FINALIZACIÓN           | TEMAS DE ASESORÍA   | OBSERVACIONES | FIRMA TUTOR   |
| 22/08/2016  |                |                             | Reunión física para revisar la pertinencia del tema y su concreción                 |               |    |
| 23/08/2016  |                |                             | Reunión física para formular el problema de investigación                           |               |    |
| 31/08/2016  |                |                             | Reunión física para revisar el planteamiento del problema de investigación          |               |    |
| 8/09/2016   |                |                             | Reunión física para formular objetivos y fuentes de información                     |               |    |
| 19/09/2016  |                |                             | Envío de borrador de anteproyecto a la tutora                                       |               |    |
| 21/09/2016  |                |                             | Envío de comentarios al anteproyecto por parte de la tutora                         |               |   |
| 8/11/2016   |                |                             | Envío de correcciones y avance al anteproyecto a la tutora                          |               |  |
| 18/11/2016  |                |                             | Reunión física para revisar el avance del documento                                 |               |  |
| 19/12/2016  |                |                             | Solicitud de reunión para revisión del avance de avances                            |               |  |
| 28/12/2016  |                |                             | Reunión física para revisar el borrador de tesis                                    |               |  |
| 28/12/2016  |                |                             | Envío de borrador de tesis a la tutora  |               |  |
| 23/01/2017  |                |                             | Reunión física para revisión de avances y reformular el documento a tipo "artículo" |               |  |

|            |  |  |  |     |   |
|------------|--|--|--|-----|---|
| 1/02/2017  |  |  | Reunión física para revisión de avances. Envío de ajustes al documento y socialización del instrumento de medición de percepción a egresados |     |    |
| 3/02/2017  |  |  | Solicitud de tabla de validación de expertos por parte de la tutora  |     |    |
| 2/03/2017  |  |  | Envío del Instrumento de medición con la calificación o validación de expertos a la tutora   |     |    |
| 6/03/2017  |  |  | Envío de propuestas de Revista Indexadas propuestas para revisión a la tutora  |     |    |
| 5/04/2017  |  |  | Envío de los resultados del instrumento aplicado a la tutora   |     |    |
| 6/04/2017  |  |  | Reunión física para revisar instrumento y resultados y definición de la revista  |     |    |
| 16/04/2017 |  |  | Envío de documento final acordado para entrega parcial 17 de abril   |     |    |
| 24/04/2017 |  |  | Respuesta de la tutora que se encuentra en revisión del documento  |     |    |
| 6/05/2017  |  |  | Retroalimentación del artículo - correcciones por parte de la tutora   |     |    |
| 8/05/2017  |  |  | Envío de artículo con correcciones 1   |     |    |
| 10/05/2017 |  |  | Retroalimentación del artículo - correcciones por parte de la tutora   |     |   |
| 11/05/2017 |  |  | Envío de artículo con correcciones 2   |     |  |
| 18/05/2017 |  |  | Correcciones finales   |     |  |
| DOCENTE    |  |  | Adela Velazquez  | C.C | 52434991  |

# FICHA BIBLIOGRÁFICA DE DOCUMENTO DE OPCIÓN DE GRADO

|   |   |                          |
|---|---|--------------------------|
| <b>TÍTULO COMPLETO</b>  |   |                          |
| Los factores claves para el diseño de una red de conocimiento de egresados en un modelo dual de formación   |   |                          |
| <b>AUTORES</b>  |   |                          |
| <b>Apellidos completos</b>  | <b>Nombres completos</b>  |                          |
| VARGAS VARON  | LEON ALEXANDER  |                          |
| <b>TUTOR DE TRABAJO DE GRADO</b>  |   |                          |
| <b>Apellidos completos</b>  | <b>Nombres completos</b>  |                          |
| VELEZ ROLON   | ADELA MARGARITA   |                          |
| <b>PROGRAMA ACADÉMICO</b>   |   |                          |
| <b>Nombre del programa</b>  | <b>Tipo de programa<br/>(marque con una x)</b>  |                          |
| MAGISTER EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS - MBA  | Pregrado  |                          |
|   | Especialización   |                          |
|   | Maestría  | X                        |
| <b>CIUDAD</b>   | <b>AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO</b>                                       | <b>NÚMERO DE PÁGINAS</b> |
| BOGOTA  | 2017  | 76                       |
| <b>PALABRAS CLAVES</b>  |   |                          |
| <b>Español</b>  | <b>Inglés</b>   |                          |
| Red de conocimiento, Gestión del conocimiento, Egresados, Institución universitaria   | Knowledge, Knowledge network, Knowledge management, Graduates, University institution |                          |
| <b>RESUMEN<br/>(Máximo 250 palabras)</b>  |   |                          |
| <p>El objetivo de este artículo se centra en determinar los factores claves para el diseño de una red de conocimiento para egresados en un modelo dual de formación. Para lograr este objetivo se realizó una investigación de tipo exploratoria descriptiva con enfoque mixto donde a partir del análisis de contenido, la aplicación de una encuesta, la revisión bibliográfica y la opinión de los egresados, se logró determinar los elementos más importantes de constitución de una red y los mecanismos para su aplicación. Los resultados muestran que compartir las experiencias profesionales entre los egresados y la institución es el principal elemento a considerar.</p> |   |                          |

**LICENCIA DE USO A FAVOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA  
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ – UNIEMPRESARIAL, POR PARTE DE  
ESTUDIANTES.**

Los suscritos

LEON ALEXANDER VARGAS VARON con C.C. N° 79.912.254, actuando en calidad de autor(es) de la (obra), (el trabajo de grado), (presentación), (conferencia), (escrito en general, que lleva por título Los factores claves para el diseño de una red de conocimiento de egresados en un modelo dual de formación elaborada para efectos de optar por el título Magister en Administración De Negocios, MBA, de Maestría en Administración de Negocios – MBA.

Hago entrega a UNIEMPRESARIAL de una copia de dicho trabajo académico en formato digital o electrónico (CD-ROM, etc.) otorgando licencia o autorización de uso sobre la misma, para que en los términos de la Decisión Andina 351, la Ley 23 de 1982 y demás normas aplicables, realice los actos de explotación de los derechos patrimoniales y de manera especial, para que la divulgue, reproduzca, comunique al público y la ofrezca en préstamo al público. La presente licencia o autorización se extiende no solo a la fijación en medio o formato físico, analógico o material, sino también al medio virtual, electrónico, óptico, usos de red, Internet, extranet, intranet, repositorio institucional y demás formatos conocidos o por conocer.

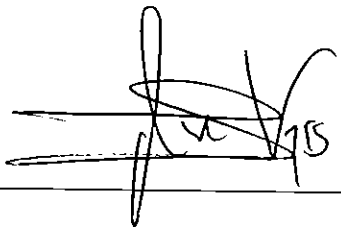
El autor de la obra, manifiesta de igual manera que la obra objeto de esta licencia o autorización de uso es creación original y que se realizó sin infringir los derechos de autor que le correspondan a terceros.

PARÁGRAFO: Si llegase a presentarse cualquier tipo de reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en mención, asumiré la responsabilidad, dejando indemne a UNIEMPRESARIAL y saliendo en defensa de los derechos aquí autorizados.

Para constancia se firma el presente documento en Bogotá el año 2017 del mes Mayo a los 22 días.

**FIRMA**

Firma



c.c. 79912254